

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelian Sejenis Sebelumnya

Penelitian sejenis sebelumnya diperoleh dari penelitian Bunce, Patridge, dan Davis (2012) dengan judul "*Exploring Information Experience Using Social Media during the 2011 Queensland Floods: a Pilot Study*". Penelitian ini mengeksplorasi pengalaman informasi seseorang yang menggunakan media sosial dalam peristiwa banjir di Queensland. Metode penelitian yang digunakan adalah *grounded theory* dengan teknik pengumpulan data wawancara semi-terstruktur terhadap 4 informan. Hasil penelitian menunjukkan adanya 4 kategori yang menggambarkan pengalaman informasi seseorang menggunakan media sosial selama banjir di Queensland, diantaranya adalah informasi pemantauan, komunitas dan komunikasi, afirmasi dan kesadaran.

Penelitian ini mengungkapkan pengalaman informasi digunakan untuk menghadapi fenomena banjir. Media sosial dialami individu sebagai media informasi untuk menghadapi fenomena tersebut. Salah satu bentuk pengalaman informasi terhadap media sosial digambarkan sebagai informasi pemantauan. Individu dapat memantau keadaan sekitar melalui berita dalam media sosial serta untuk tetap mendapatkan informasi mengenai peristiwa banjir. Penggambaran pengalaman informasi lainnya ditunjukkan sebagai komunikasi, jaminan keselamatan, dan perluasan kesadaran terhadap pengaruh yang diperoleh untuk menghadapi peristiwa banjir.

Penelitian sejenis selanjutnya adalah penelitian Reddy (2014) dengan judul “*Information Experience in the Context of Information Seeking Methods by Perspective Students*”. Penelitian ini menyajikan wawasan tentang pengalaman informasi calon mahasiswa ketika menggunakan media informasi untuk mendukung pengambilan keputusan mereka mengenai universitas mana yang akan ditempati. Ketika memilih universitas, calon mahasiswa mengalami berbagai cara menggunakan informasi serta terlibat dengan berbagai sumber yang telah berubah dengan cepat dari media cetak dan media massa tradisional, pameran dan road show, ke Internet dan situs web universitas. Penelitian tinjauan literatur ini menemukan bahwa banyak calon mahasiswa yang beralih ke aplikasi media sosial seperti Facebook, blog, dan Twitter untuk menginformasikan pengambilan keputusan mereka.

Penelitian ini merujuk pada subjek penelitian berupa calon mahasiswa yang sedang mencari informasi universitas untuk dimasuki. Pada fenomena tersebut calon mahasiswa dapat dikatakan pada umur remaja dalam pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi menggunakan media sosial yang rata-rata remaja sekarang gunakan. Media sosial tersebut juga memberi pengaruh besar terhadap pengambilan keputusan remaja untuk memilih universitas yang akan dimasuki.

Penelitian sejenis sebelumnya dari Bunce, Patridge, dan Davis (2012) mengungkapkan pengalaman informasi seseorang dalam menghadapi sebuah fenomena yaitu banjir di Queensland dan dalam penelitian Reddy (2014) mengungkapkan sebuah pengalaman informasi remaja. Adapun penelitian yang

peneliti usung adalah pengalaman informasi remaja terhadap APK pemilu 2019 di Kota Semarang yang mana mengungkapkan pengalaman remaja dalam menghadapi fenomena pemilu dengan menggunakan APK. Sehingga penelitian pengalaman informasi dapat dikembangkan dengan objek yang lain. Penelitian ini mengungkapkan pengalaman informasi remaja dalam menghadapi fenomena yang berbeda (pemilu 2019) dengan penggunaan media informasi yang lain (APK). Sehingga dapat diperoleh bentuk pengalaman informasi yang baru dalam bidang yang lain.

Penelitian sejenis sebelumnya yang terakhir didatangkan dari penelitian Smith dan McMenemy (2017) dengan judul “*Young People’s Conceptions of Political Information: Insight into Information Experiences and Implications for Intervention*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konsepsi informasi politik remaja dan berusaha mengidentifikasi sumber-sumber informasi politik apa yang dihadapi remaja, bagaimana mereka menafsirkan sumber-sumber tersebut dan pesan-pesan yang mereka komunikasikan, serta bagaimana pengalaman informasi remaja dapat lebih dipahami untuk menginformasikan intervensi literasi informasi untuk mendukung pengembangan agensi politik. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Personal Construct Theory* sebagai kerangka kerja konseptual dan wawancara *Repertory Grid* (RG) digunakan untuk mengeksplorasi berbagai cara di mana 23 remaja berusia 14-15 tahun dari sebuah kota di Inggris Utara memahami informasi politik dan bagaimana mereka mengevaluasi kualitas dan otoritasnya. Hasil dari wawancara RG menunjukkan bahwa remaja menggunakan berbagai sumber

informasi politik untuk mendapat informasi tentang politik dan dunia di sekitar mereka. Sumber-sumber informasi ini termasuk keluarga, teman, guru, berita televisi, surat kabar, acara radio, acara komedi, media sosial dan pertemuan masyarakat. Partisipan sadar bahwa mereka secara pasif menemukan sumber informasi serta secara aktif terlibat dalam debat dan diskusi dengan sumber lain. Beberapa peserta mengalami kesulitan mengevaluasi sumber informasi politik yang mereka temui secara kritis. Sifat pengalaman remaja tentang informasi politik sangat bervariasi. Tingkat kompleksitas dalam pengalaman informasi politik bervariasi tidak hanya antara peserta tetapi juga tergantung pada hubungan khusus mereka dengan sumber-sumber informasi di bawah pengawasan.

Penelitian yang mengeksplorasi pengalaman informasi remaja terhadap sumber-sumber informasi politik dimaksudkan pada sumber informasi politik secara umum. Dalam hal ini peneliti membawa pengalaman informasi remaja terhadap sumber informasi yang lebih spesifik yaitu APK yang banyak digunakan di Indonesia pada saat pemilu. Sumber informasi yang tergolong tradisional tersebut banyak digunakan di Kota Semarang. Sehingga fokus pengalaman informasi lebih mendalam pada pengalaman informasi remaja terhadap APK yang ditemuinya. Remaja yang ditunjuk sebagai partisipan dalam penelitian Smith dan McMenemy (2017) adalah remaja umur 14-15 tahun yang mana di Indonesia belum dapat menjadi pemilih dalam pemilu. Oleh karena itu, peneliti juga lebih menunjuk terhadap remaja umur 18-21 tahun yang telah memiliki hak pilih. Sehingga peneliti menyoroti penelitian pengalaman informasi dalam bidang

politik terhadap remaja yang sudah dapat melibatkan partisipasinya dalam pemilu di Kota Semarang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Pengalaman Informasi

Dalam milenium ketiga kini kita telah memasuki era informasi yang mana informasi telah berkembang begitu pesat, setiap orang dan setiap sisi kehidupannya tidak akan terlepas dari informasi (Suwarno, 2010: 35). Informasi hadir tidak hanya atas dasar kebutuhan melainkan dapat dijumpai di mana pun seperti yang diterangkan Bruce et.al. (2014: 317) yang mana orang-orang dan lingkungan informasinya dianggap tidak dapat dipisahkan. Tersebarunya informasi membuat kita terus berinteraksi dengan informasi dalam segala jenis dan bentuk informasi. Interaksi terjadi ketika pengguna informasi berhadapan dengan informasi. Dalam interaksi tersebut sebuah pengetahuan didapatkan. Pengetahuan-pengetahuan yang terus terserap menjadikan suatu pengalaman bagi pengguna informasi.

Interaksi seseorang dengan informasi, sifat interaksi orang, dan bagaimana mereka berhubungan dengan informasi saat mereka menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari merupakan bentuk pengalaman informasi (Bruce et al., 2014: 317). Segala fenomena dalam kehidupan yang melibatkan interaksi informasi menjadikan pengalaman informasi. Pada temuan penelitian Bunce, Partridge dan Davis (2012: 41) mengungkapkan pengalaman informasi partisipan

melibatkan pengembangan kesadaran mereka terhadap suatu peristiwa. Sejalan dengan pernyataan Hughes (dalam Bruce et al., 2014: 12) pengalaman informasi mencakup hubungan sadar atau tidak sadar seseorang dengan informasi dalam segala bentuknya yang beragam. Sehingga pengalaman informasi dapat juga dirasakan dengan kesadaran seseorang terhadap informasi dan interaksi informasi tersebut pada suatu fenomena.

Fenomena-fenomena yang dialami dalam kehidupan beragam jenisnya. Baik dalam bidang sosial, pendidikan, politik, ekonomi dan lainnya. Penggunaan informasi dalam menghadapi fenomena yang ada penting untuk diperhatikan. Seperti dalam penelitian Reddy (2014: 307) yang membahas pengalaman informasi calon mahasiswa yang berinteraksi dengan informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang universitas. Berbagai platform media informasi digunakan dalam menghadapi fenomena pemilihan universitas yang akan ditempatinya. Namun, media sosial lebih banyak digunakan oleh calon mahasiswa di luar metode pencarian informasi tradisional (seperti *road show* universitas, agen universitas dan orang tua).

Dalam konteks tersebut, pengalaman informasi menyiratkan pandangan holistik penggunaan informasi yang mencakup pemikiran dan perasaan calon mahasiswa serta dimensi budaya dan linguistik di samping tindakan mencari informasi mereka (Bruce dalam Reddy, 2014: 296). Hal ini dapat dijelaskan bahwa pengalaman informasi tidak terbatas pada pengalaman orang dalam mencari informasi saja, namun keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan

informasi dan pengaruh budaya di sekitarnya serta interaksi orang yang terjadi dengan informasi pada suatu fenomena.

Beragamnya fenomena khususnya yang terjadi di Indonesia membutuhkan berbagai informasi dalam menghadapinya. Fenomena politik yang sedang berkembang pada tahun 2019 merambah ke seluruh masyarakat adalah pemilu serentak yang dilaksanakan pada 17 April 2019. Interaksi informasi terjadi dimana-mana akibat segala pemberitaan ramai memperbincangkan pemilu serentak ini dan banyaknya media informasi yang memuat fenomena tersebut. Salah satu jenis informasi yang banyak ditemui adalah kampanye calon legislatif dan calon presiden dengan menggunakan berbagai media informasi. Banyaknya jenis dan bentuk media informasi yang digunakan dalam kampanye menjadi pengalaman informasi yang beragam bagi setiap orang. Sejalan dengan pengalaman informasi yang diungkapkan Bruce et.al. (2014: 316) bahwa sifat interaksi informasi pada pengalaman informasi adalah beragam, kontekstual dan terus berubah dalam berbagai bentuk dan konteks informasi.

2.2.2 Pemilu dan Media Informasi

Partisipasi rakyat dalam pemilu merupakan salah satu bentuk penyaluran hak dalam hidup berdemokrasi. Seperti penyaluran hak dalam pemilu legislatif dan pemilu presiden. Pemilu pertama di Indonesia pertama kalinya dilaksanakan pada tahun 1955 (Putra, 2012: 80). Namun, pemilu secara terbuka dilaksanakan pada tahun 2004 yang menjadikan pemilihan presiden dan wakil presiden dipilih secara langsung oleh rakyat yang sebelumnya dipilih oleh MPR (Triono, 2017: 158).

Pemilu presiden dan wakil presiden tersebut dilaksanakan setelah pemilu legislatif. Dapat dikatakan pemilu legislatif dan pemilu presiden dilaksanakan secara terpisah pada tahun 2004.

Pemilu legislatif dan pemilu presiden di Indonesia sebelumnya dilaksanakan terpisah hingga tahun 2014. Kemudian pemilu 2019 dilaksanakan secara serentak (Solihah, 2018: 73) yaitu pemilu presiden dan pemilu legislatif pada hari yang sama. Sehingga masyarakat dapat melakukan partisipasi pemilu legislatif dan presiden secara langsung dalam satu hari.

Penyelenggara pemilu terdiri atas Komisi Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilu, dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 Tahun 2018: 3). Dalam fenomena pemilu KPU (Komisi Pemilihan Umum) sangat berperan dalam keberlangsungan kegiatan. Segala peraturan dibuat oleh KPU dan dijalankan oleh peserta pemilu (calon legislatif dan calon presiden). Peraturan yang dikeluarkan KPU menyangkut beberapa hal, adapun tentang kampanye. Kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri peserta pemilu (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 Tahun 2018: 5). Peraturan mengenai kampanye secara rinci dijelaskan dalam PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 23 tahun 2018 dan adapun beberapa perubahan yang tercantum dalam PKPU No. 28 Tahun 2018.

Kampanye pemilu 2019 dilaksanakan dengan menggunakan berbagai media. Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 23 Tahun 2018

kampanye dapat dilakukan melalui media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran, berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 Tahun 2018: 6). Adapun disebutkan alat peraga dalam PKPU yang digunakan dalam kampanye yang selanjutnya disebut Alat Peraga Kampanye (APK). Alat Peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan informasi lainnya dari calon legislatif dan calon presiden, simbol atau tanda gambar calon legislatif dan calon presiden, yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 Tahun 2018: 6).

Media informasi APK yang digunakan sebagai sumber informasi kampanye pemilu 2019 setidaknya memuat visi, misi dan program peserta pemilu dan informasi juga mengandung citra diri peserta pemilu. Sejalan dengan ungkapan Putra bahwa penggunaan media sendiri dapat sebagai pengendali nama baik (*brand image*) para peserta pemilu (2012: 4). Informasi yang ditunjukkan juga harus sesuai kriteria PKPU seperti tidak mengandung SARA. Sumber informasi yang informatif akan menjadi daya tarik masyarakat. Informasi yang informatif juga dapat mendukung kebutuhan informasi masyarakat. Dalam hal ini adalah informasi tentang calon legislatif dan calon presiden yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih.

Media yang biasanya digunakan dalam iklan seperti baliho, *billboard* dan spanduk ditunjuk sebagai media yang boleh digunakan kampanye 2019. Media

tersebut merupakan APK yang dimaksud dalam PKPU untuk kampanye pemilu. Informasi yang terkandung dalam APK harus memuat setidaknya visi, misi dan program calon legislatif dan calon presiden (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 Tahun 2018: 28) ditunjukkan agar masyarakat dapat menjadi cerdas dalam memilih (Maksudi, 2012: 57).

Penggunaan APK (baliho, *billboard* dan spanduk) banyak mewarnai sepanjang bahu jalan sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Adapun APK dalam kepentingan pemilu merupakan salah satu bentuk sosialisasi politik. Sosialisasi politik yang dimaksud adalah untuk menargetkan perubahan perilaku memilih dari khalayak yang menjadi sasaran utamanya (Maksudi, 2012: 57). Dalam hal ini penggunaan APK ditunjukkan untuk menjadikan pengalaman informasi bagi masyarakat yang dapat berpengaruh dalam perilaku informasi. Perilaku informasi yang dimaksudkan adalah perilaku dalam pengambilan keputusan untuk memilih. Pengalaman informasi yang ditunjukkan juga bertujuan sebagai pengalaman informasi dalam bentuk pembelajaran yang kaitannya dengan pendidikan politik.

Selain bertujuan dalam memberikan pendidikan politik, penggunaan APK juga sebagai pembentuk citra diri yang diharapkan diterima oleh masyarakat. Penggunaan APK pun memiliki beberapa kelebihan seperti mudah ditemukan di tempat umum, mudah dilihat oleh masyarakat, informasi yang rinci dan mudah diakses dan banyak diketahui masyarakat. Kelebihan ini dinilai dari beberapa kekurangan media lain, seperti penggunaan media sosial. Walaupun media sosial telah banyak digunakan oleh masyarakat dan kemudahan aksesnya juga tidak

diragukan, tidak semua masyarakat akan tertarik mengakses akun media sosial partai politik maupun akun media sosial calon legislatif dan calon presiden. Sehingga adanya media *online* tetap harus didukung dengan kampanye menggunakan media konvensional (Husna, 2012: 10) seperti APK.

Kelebihan lain dapat dilihat juga atas efektivitas penggunaan APK yang mudah dilihat masyarakat. Tanpa mencari informasi peserta pemilu, APK hadir secara sadar atau tidak sadar di sekeliling masyarakat. Media informasi lain yaitu internet seperti *rekamjejak.net* menjadi sumber informasi yang cukup membantu masyarakat yang membutuhkan informasi atau rekam jejak calon legislatif dan calon presiden. Namun, tidak semua masyarakat mengetahui keberadaan media tersebut. Sehingga penggunaan APK masih menjadi strategi yang paling diminati dalam kampanye pemilu 2019.

2.2.3 Peran Media Informasi dalam Kehidupan Remaja

Dalam negara yang sedang membangun seperti Indonesia, remaja yang juga disebut generasi muda mempunyai peranan yang sangat berarti (Monks dan Knoers, 2006: 285). Tenaga dan pikiran yang masih *fresh* yang dimiliki remaja dapat memberikan inovasi dan selalu berpikir kreatif. Sehingga dalam membangun negara, remaja dapat memberikan peran aktif.

Dikatakan remaja apabila seseorang dalam rentang umur tertentu. Masa remaja sendiri dapat terbagi menjadi tiga masa. Menurut Monks masa remaja dilihat dari beberapa batasan usia diantaranya merupakan 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun masa remaja

akhir (2006: 288). Remaja dalam usianya memiliki minat-minat tertentu. Minat yang paling penting dan paling universal remaja masa kini terbagi dalam tujuh kategori yaitu minat rekreasi, minat pribadi dan sosial, minat pada pendidikan, minat pada pekerjaan, minat agama dan minat pada simbol status (Hurlock, 2014: 240). Minat yang dialami dapat muncul dari berbagai faktor. Seperti minat pada pendidikan muncul melalui pelajaran-pelajaran di sekolah dan media massa, remaja seringkali mengembangkan minat terhadap pemerintah, politik dan peristiwa-peristiwa dunia (Hurlock, 2014: 219).

Dalam menumbuhkan minat remaja seperti minat politik, peran media bagi remaja sangat berpengaruh dalam memperoleh informasi. Seperti dalam salah satu fungsi media menurut Arnett dalam Santrock yaitu fungsi informasi (2003:315). Proses pembelajaran juga dapat terbentuk melalui media, baik media massa maupun media secara langsung melalui guru, teman dan orang tua yang untuk menumbuhkan minat remaja (Hurlock, 2014: 219). Minat yang dimiliki remaja tersebut dapat terus tumbuh tumbuh dari bentuk pengalaman remaja dalam berinteraksi dengan informasi melalui media.

Salah satu bentuk minat politik yang dapat ditemui remaja di Indonesia adalah partisipasi pemilu 2019. Berbagai media digunakan dalam kegiatan kampanye peserta pemilu guna menarik perhatian masyarakat. Tak terkecuali remaja sebagai pemilih pemula dalam pemilu 2019. Sebagai pemilih pemula, remaja tidak banyak mencakup informasi mengenai pemilu. Baik tentang cara pelaksanaan pemilu maupun informasi peserta pemilu (calon legislatif dan calon presiden). Karena pemilu tersebut merupakan pengalaman pertama bagi remaja

yang memasuki usia 17-21 tahun. Remaja yang dapat menjadi pemilih dilihat dari jenis remaja adalah remaja masa akhir yaitu pada usia 18-21 tahun.

Penggunaan alat peraga kampanye (APK) dalam pemilu 2019 menjadi penting untuk remaja dalam memenuhi kebutuhan informasi. Calon legislatif dan calon presiden yang tidak banyak diketahui atau dikenali remaja dapat dibantu menggunakan APK yang berisikan citra diri dan informasi tentang dirinya. Informasi dalam APK juga dapat ditujukan dalam pendidikan politik sebagai pengenalan kepada generasi muda agar mengenal politik (Maksudi, 2012: 57). Dalam hal ini peran informasi dalam APK untuk menunjang partisipasi remaja dalam pemilu 2019.

Pada umumnya remaja dalam perbedaaan pendapat mengenai politik, moral dan pandangan hidup hanya sedikit, jarang ekstrim (Monks dan Knoers, 2006: 281). Namun, peran remaja dalam bidang politik khususnya pada saat fenomena pemilu sangat penting. Karena partisipasi remaja dalam pemilu akan menjadi awal kepedulian terhadap pembangunan negara. Selain itu hal tersebut ditujukan untuk membentuk generasi yang baik sehingga menciptakan masyarakat yang peduli terhadap negara di masa depan. Seperti dalam pernyataan Santrock bahwa remaja mempunyai tempat khusus dalam setiap masyarakat karena mereka adalah masa depan masyarakat (2003: 33).

Remaja juga lebih banyak menggunakan media cetak dibandingkan anak-anak (Santrock, 2003: 316) sehingga untuk penggunaan APK setidaknya dapat memberikan pengalaman informasi mengenai calon legislatif dan calon presiden. Penggunaan APK dalam pemilu 2019 oleh remaja menjadi menarik karena

merupakan pengalaman informasi remaja yang berbeda. Pengalaman informasi yang terjadi terhadap informasi selalu berubah (Bruce et al., 2014: 316). Sehingga pengalaman informasi remaja pada saat belum menjadi pemilih akan berbeda ketika sekarang sudah menjadi pemilih dan akan berbeda lagi jika sudah pernah memilih. Maka dari itu, eksplorasi pengalaman informasi perlu dilakukan untuk melihat aspek-aspek apa yang dialami remaja ketika berinteraksi dengan informasi sesuai dengan fenomena yang terjadi. Dalam hal ini adalah interaksi informasi remaja dengan APK pemilu 2019 pada saat pertama kali menjadi pemilih. Fenomena baru seperti pemilihan serentak dalam pemilu 2019 dengan pengalaman informasi remaja sebagai pemilih pemula terhadap APK Pemilu 2019 akan dieksplorasi dalam penelitian ini.