OPINI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK SEPUTAR PEMBERITAAN #2019GANTIPRESIDEN DALAM KEPUTUSAN MEMILIH PRESIDEN PADA PEMILU PRESIDEN 2019

Nurul Wijayanti, Juariyah.
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jember
Jalan Karimata 49 Jember
e-Mail : nurul06nwijayanti@gmail.com

ABSTRACT

The mass media is an effective as a medium of information because nowadays almost the entire community using the mass media specially social media. In the media there are various information including information about politics. The information at the media gives rise to a wide range of public opinion. Opinion is a response to the an existing issue. Information into the spotlight in the media is about #2019GantiPresiden. #2019GantiPresiden is an expression that is expressed by the public about the taste of complacency for the current Government. Therefore, it should be known how the opinions of the students of the Faculty of Social Sciences and Political Sciences about #2019GantiPresiden. The focus of this research is how the students of the Faculty of Social and Political Sciences obtain information, opinions about #2019GantiPresiden and how the hashtag ensures the political choice of the students of the Faculty of Social Sciences and Political Sciences. To describe this research, the research method used was descriptive qualitative, with data collection methods are interview with several students of the Faculty of Social and Political Sciences from 5 Universities including 1) University of Muhammadiyah Jember, 2) Jember University, 3) Jember Islamic University, 4) Jember Open University, 5) University of Moch. Sroedji Jember. The technique of determining the data source used in this research was purposive sampling, where the researcher determined several criteria for informants who were considered capable of answering the problems in this research.

The results from this research, the first is that the students of the Faculty of Social and Political Sciences obtained information about #2019GantiPresiden through mass media both print, electronic, online media, and social media. The media is used because it has easy access and the information in the media is the updated information. Secondly, student opinion regarding #2019GantiPresiden is very diverse.There are those who argue that #2019GantiPresiden is a natural thing because now it is a political year and #2019GantiPresiden is the one of the campaign efforts. Another opinion says that #2019GantiPresiden is a marketing effort in a political context to attract the public attention. The third is the ability of #2019GantiPresiden in convincing student political choices is still not maximal because they have their own assessment and understanding by looking at the career path of each candidate. In expressing an opinion in this matter the agreement of #2019GantiPresiden, there are some informants who openly express their opinions and some who do not disclose them openly and prefer to be silent. In addition, there were also informants who were on the neutral side, that means that they were impartial between agreeing or not.

Keywords: Public Opinion, Mass Media, *Spiral of Silence*, Elections, #2019ChangePresident.

ABSTRAK

Media massa merupakan media yang efektif sebagai media informasi karena saat ini hampir seluruh masyarakat menggunakan media massa utamanya media sosial. Dalam media tersedia berbagai informasi termasuk informasi tentang politik. Informasi yang ada media menimbulkan berbagai opini publik. Opini merupakan suatu respon atas sebuah isu yang ada. Informasi yang cukup menjadi sorotan di media adalah tentang #2019GantiPresiden. #2019GantiPresiden merupaka suatu bentuk ekspresi yang diungkapkan oleh masyarakat tentang rasa ketidak puasannya terhadap pemerintah saat ini. Oleh karena itu patut diketahui bagaimana opini mahasiswa mengenai #2019GantiPresiden. Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana cara mahasiswa FISIP memperoleh informasi, opini mengenai #2019GantiPresiden dan bagaiman hashtag tersebut meyakinkan pilihan politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Untuk menjabarkan penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data berupa wawancara kepada beberapa mahasiswa FISIP yang berasal dari 5 Universitas diantaranya 1) Universitas Muhammadiyah Jember, 2) Universitas Jember, 3) Universitas Islam Jember, 4) Universitas Terbuka Jember, 5) Universitas Moch. Sroedji Jember. Teknik penentuan sumber data yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan menentukan kriteria informan yang kira-kira mampu untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini yaitu, mahasiswa FISIP memperoleh informasi mengenai #2019GantiPresiden melalui media massa (cetak, elektronik, online) maupun media sosial. Media tersebut digunakan karena memiliki akses yang mudah dan informasi yang ada merupakan informasi yang ter-*update*. Yang kedua, opini mahasiswa mengenai #2019GantiPresiden ini juga beraneka ragam. Ada yang berpendapat bahwa #2019GantiPresiden merupakan suatu hal yang wajar karena saat ini merupakan tahun politik dan #2019GantiPresiden merupakan salah satu upaya kampanye. Pendapat lainnya mengatakan bahwa #2019GantiPresiden merupakan upaya *marketing* dalam konteks politik untuk menarik perhatian masyarakat. Yang ketiga yaitu kemampuan #2019GantiPresiden dalam meyakinkan pilihan politik mahasiswa masih belum cukup maksimal karena mereka memiliki penilaian dan pemahaman sendiri dengan melihat jejak karir dari masing-masing kandidat. Dalam mengungkapkan suatu opini dalam hal ini kesetujuaan terhadap #2019GantiPresiden, ada beberapa informan yang secara terbuka menyampaikan pendapatnya dan ada juga yang tidak mengungkapkannya secara terbuka bahkan cenderung diam. Selain itu ada juga informan yang berada di pihak netral artinya mereka tidak memihak antara setuju atau tidak.

Kata kunci : Opini Publik, Media Massa, *Spiral of Silence*, Pemilu, #2019GantiPresiden.

PENDAHULUAN

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melaui media massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak atau elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Dalam Komunikasi massa tidak akan bisa lepas dari proses dan peran media massanya.

Media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi massa. Bahkan ketergantungan seseorang pada media massa sudah sedemikian besar. Salah satu cirinya adalah penggunaan media massa sebagai alat utama dalam pelaksanaan komunikasi. Kelebihan media massa dibandingkan komunikasi lain adalah ia

bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu, bahkan mampu menyebarkan pesan seketika pada waktu yang tak terbatas.

Media massa bukan hanya menjadi bagian utama dari komunikasi massa, tapi media massa juga menjadi bagian dari politik dan juga memiliki posisi yang penting dalam dunia politik. Fungsi utama dari media massa adalah untuk menyebarkan informasi, tak terkecuali juga informasi dalam dunia politik. Salah satu pemberitaan politik yang cukup menarik perhatian adalah mengenai munculnya #2019GantiPresiden. Ramainya pemberitaan mengenai #2019GantiPresiden di media massa menimbulkan berbagai reaksi dari publik. Awal mula munculnya tagar tersebut berawal dari sebuah kaus sablon yang bertuliskan #2019GantiPresiden yang banyak muncul di media sosial. Tagar tersebut banyak menuai pro dan kontra dari publik. Karena dari banyaknya lapisan masyarakat tentunya memiliki pendapat tersendiri mengenai munculnya #2019GantiPresiden. Fenomena tersebut menjadi viral di media massa serta media sosial dan memperoleh berbagai tanggapan yang beraneka ragam dari masyarakat terutaman dari warganet dan pengguna media sosial.

Beberapa artikel menunjukkan bahwa ada opini – opini yang kontra terhadap #2019 GantiPresiden. Karena mereka berpendapat bahwa pergantian presiden hanya bisa dilakukan oleh rakyat melalui pemilihan umum, bukan melalui sebuah tagar ataupun sebuah kaus. Ada juga opini – opini yang menyatakan setuju (pro) dengan #2019GantiPresiden. Mereka menyatakan setuju dengan tagar tersebut karena mereka merasa tidak puas dengan hasil kerja dari presiden saat ini. Berbagai tanggapan juga muncul dari kalangan mahasiswa. Banyak dari mereka yang juga turut menanggapi munculnya #2019GantiPresiden. #2019GantiPresiden merupakan salah satu isu politik yang berkembang menjelang pemilu 2019. Sebagai isu politik tentunya banyak menuai tanggapan dari mahasiswa yang juga berkecimpung di dunia politik seperti mahasiswa FISIP. Dalam penelitian ini informan yang dituju adalah mahasiswa FISIP karena dianggap lebih memahami tentang hal-hal yang berbau politik terutama mengenai isu politik yang sedang berkembang saat ini. Mahasiswa FISIP juga mempelajari tentang dasar dasar ilmu politik sehingga membuat mereka lebih mampu memahami dan mampu memberi tangaapan seputar isu – isu politik yang ada dibanding dengan mahasiswa lain yang belum tentu juga memperhatikan mengenai isu politik apa yang sedang berkembang dan sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat luas.

Dari maraknya tagar tersebut, muncul anggapan yang mengatakan bahwa #2019GantiPresiden merupakan suatu bentuk kampanye yang dilaksanakan oleh orang – orang yang memiliki kepentingan tertentu. Namun anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Rahmat Bagja mengatakan bahwa gerakan #2019GantiPresiden bukan termasuk kategori kampanye. Gerakan tersebut merupakan bagian dari kebebasan berekspresi. Jika dikaitkan dengan kegiatan kampanye, munculnya #2019GantiPresiden tentu memiliki tujuan tertentu. Munculnya tagar tersebut juga diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan dalam pemilu 2019 nantinya.

Dengan munculnya #2019GantiPresiden di media massa dapat menimbulkan opini – opini yang beraneka ragam dari berbagai kalangan masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Dari opini – opini tersebut dapat diketahui bahwa nantinya akan ada yang menyatakan pro dan kontra dengan tagar tersebut. Dengan munculnya opini mengenai #2019GantiPresiden tentunya akan dapat mempengaruhi keputusan yang diambil dalam pemilihan presiden pada

pemilu 2019 dikarenakan tagar tersebut tentunya memiliki kekuatan dalam memperngaruhi pilihan politik seseorang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mahasiswa FISIP memperoleh informasi mengenai #2019GantiPresiden?
2. Bagaimana pendapat dan persepsi mahasiswa FISIP mengenai #2019GantiPresiden?
3. Bagaimana informasi mengenai #2019GantiPresiden memiliki kekuatan dalam meyakinkan pilihan politik mahasiswa FISIP?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sumber informasi mahasiswa FISIP mengenai #2019GantiPresiden.
2. Untuk mengetahui pendapat/tanggapan Mahasiswa FISIP mengenai #2019GantiPresiden.
3. Untuk mengetahui kekuatan dari #2019GantiPresiden dalam meyakinkan pilihan politik mahasiswa FISIP.

Manfaat Penelitian

a. Manfaat akademis : Hasil penelitian ini diharap mampu memberi kontribusi untuk perkembangan tentang komunikasi massa khususnya mengenai Opini Publik.
b. Manfaat praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya yang ini meneliti tentang tema yang sejenis dengan penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melaui media massa. Proses penyampaian pesan melalui media massa dapat dilakukan dengan menggunakan media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) media elektronik (tekevisi, radio) serta media *cyber* (media online/internet). Akan tetapi saat ini komunikasi massa juga banyak menggunakan media *cyber* (media online/internet). Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak atau elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan – pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusunya media elektronik).

Joseph A. Devito mengungkapkan definisinya tentang komunikasi massa sebagai berikut : “Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar- pemancar audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita)”.

A. Ciri – ciri komunikasi massa :
   1. Komunikator pada komunikasi massa melembaga
   2. Komunikan bersifat heterogen
   3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
   4. Komunikasi massa berlangsung satu arah
   5. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

B. Fungsi Komunikasi Massa

Dalam membicarakan fungsi komunikasi massa berarti kita juga membicarakan mengenai fungsi media massa. Karena komunikasi massa

berarti komunikasi lewat media massa. Komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya tanpa menyertakan media massa sebagai elemen terpenting didalamnya. Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1998) antara lain :

1. *To inform* (menginformasikan)
2. *To entertain* (memberi hiburan)
3. *To persuade* (membujuk)
4. *Transmission of the culture* (transmisi budaya)

Ada pula fungsi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell yakni :

1. Fungsi pengawasan
2. Fungsi korelasi
3. Fungsi pewarisan sosial
4. Fungsi hiburan

Opini Publik

Jika diartikan secara singkat, opini berarti pendapat. Noelle-Neumann menyatakan bahwa opini adalah derajat persetujuan atau derajat kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. Cutlip dan Center pernah menyatakan bahwa opini adalah kecenderungan untuk memberi respons pada suatu masalah atau situasi tertentu, opini merupakan suatu ekspresi mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial (Sastropoetro, 1987). Publik (*public*) sering diartikan umum. Bagi Karl Mannheim, publik ialah kesatuan banyak yang bukan berdasarkan interaksi perseorangan, tetapi atas dasar respon terhadap stimulus yang sama. (Mannnheim, 1985).

Noelle-Neumann mendefinisikan opini publik sebagai berikut: "Perilaku yang harus dikemukakan seseorang di depan publik jika ia tidak ingin dirinya terisolasi. Dengan demikian opini publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu. Seringkali media menentukan masalah apa yang penting bagi masyarakat, dan media seringkali menciptakan kontroversi terhadap suatu topik. Noelle-Neumann mengatakan bahwa opini publik dapat dipengaruhi oleh siapa yang menyetujui atau menolak suatu pandangan.

Timbulnya opini public meliputi dua sebab, yakni direncanakan dan tidak direncanakan. Sebuah opini publik yang tidak direncanakan kemunculannya dikeluarkan karena memang tidak mempunyai tujuan dan target tertentu. Ia hanya sekedar untuk memberitahu masyarakat akan suatu permasalahan yang harus mereka ketahui. Sedangkan opini public yang direncanakan memiliki media dan target tertentu yang menjadi sasaran.

Spiral of Silence

Salah satu pembahasan dalam komunikasi massa yang cukup menarik perhatian adalah mengenai hubungan antara pendapat atau opini masyarakat dengan isi pesan media. Bagaimanakah interaksi antara kedua hal tersebut dapat terjadi. Bagaimanakah isi media memengaruhi opini masyarakat atau sebaliknya. Bagaimana individu memiliki opini mengenai berbagai masalah sosial kemasyarakatan. Apakah pendapat seseorang lebih dipengaruhi oleh orang lain, oleh media ataukah keduanya. Ellizabeth Noelle-Neumann (seorang profesor emeritus penelitian komunikasi dari Institute fur Publiziztik Jerman) memperkenalkan teori spiral keheningan/kesunyian

Teori ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1984 melalui tulisannya yang berjudul *The Spiral of Silence.* Teori ini berdasarkan asumsi bahwa orang – orang umumnya secara alami memiliki rasa takut terkucilkan. Dan dalam pengungkapan opini mereka berusaha mengikuti opini mayoritas. *Spiral of Silence* adalah sebuah teori yang memberi perhatian kepada opini mayoritas dan menekan opini minoritas. Mereka yang

berada di pihak minoritas akan cenderung kurang berani untuk mengemukakan pendapatnya, dan hal ini akan mendorong timbulnya spiral komunikasi yang meengarah kebawah. Sedangkan, mereka yang memiliki pendapat mayoritas akan dengan percaya diri akan menyampaikannya kepada orang lain.

METODE PENLITIAN

Jenis Penlitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk mengamati kejaian yang dialami oleh subjek penelitian, kemudian mengemukakannya kedalam bentuk kata – kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 5 Universitas di Kabupaten Jember yang memiliki Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, diantaranya :

1. Universitas Muhammadiyah Jember
2. Universitas Jember
3. Universitas Islam Jember
4. Universitas Terbuka Jember
5. Universitas Moch. Sroedji Jember

Penetuan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Purposive sampling digunakan jika sudah memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya. Untuk memudahkan peneliti dalam menentukan sampel maka ditentukan kriteria informan sebagai berikut :

1. Mahasiswa FISIP yang terdaftar di Universitas yang ada di Jember
2. Mahasiswa FISIP yang telah menempuh semester 5 keatas
3. Mahasiswa FISIP yang aktif dalam organisasi (BEM)

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan sumber data yang digunakan yaitu dengan wawancara kepada narasumber yang terkait objek penelitian, juga melakukan studi pustaka akan hal – hal yang berkaitan dengan objek penelitian

a. Wawancara
   Instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara.
b. Dokumentasi
   Dokumen-dokumen, buku, dan lain sebagainya maupun publikasi-publikasi yang dapat membantu penelitian dan pembahasan yang berkaitan erat dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.

Sumber Data Penelitian

a. Sumber data primer,
   Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FISIP yang ada di Jember.
b. Sumber data sekunder,
   Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan dokumen , buku, serta artikel yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

Metode Analisis Data

Tahap pertama dalam penelitian adalah proses pengumpulan data. Dalam pengambilan data ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap informan.

Data yang diperoleh kemudian di reduksi yaitu dengan memilih hal – hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Langkah berikutnya setelah proses reduksi data yakni penyajian data,

penyajian data merupakan proses pemaparan hasil yang telah diperoleh dari proses pengumpulan data.

Tahap terakhir setelah proses pengumpulan data yakni penrikan kesimpulan yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Dari data yang telah diperoleh sejak awal pengumpulan data hingga penyajian data, peneliti mencoba mengambil kesimpulan hingga nantinya dapat menjawab rumusan masalah yang sudah di tentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Cara memperoleh informasi mengenai #2019GantiPresiden

Pada bagian ini peneliti melihat bagaimana para informan memeperoleh informasi mengenai #2019GantiPresiden dan media apa yang digunakan untuk memperoleh informasi.

Saat ini penggunaan media massa sudah amat menjamur. Hampir seluruh masyarakat Indonesia sudah mengenal dan menggunakan media massa. Terutama bagi kawula muda khusunya mahasiswa, media massa sudah menjadi kebutuhan utama dalam hal berkomunikasi. Ditambah dengan hadirnya berbagai media sosial di dalamnya membuat pengguna media semakin bertambah. Selain digunakan sebagai media komunikasi, media massa dan media sosial juga digunakan sebagai media dalam memperoleh suatu informasi. Informasi yang ada di media sosial sudah tidak terbatas jumlah dan jenisnya termasuk juga informasi seputar dunia politik. Salah satu pemberitaan yang cukup menarik adalah mengenai munculnya #2019GantiPresiden. Munculnya tagar tersebut sangat mencuri perhatian di kalangan mahasiswa khusunya bagi mahasiswa FISIP. Sebagai pengguna aktif media massa mahasiswa FISIP sendiri sudah mengetahui tentang adanya berita mengenai #2019GantiPresiden.

Tahun 2019 menjadi tahun politik karena adanya agenda pemilihan umum yang dilaksanakan di tahun ini yakni pemilihan presiden. Berbagai upaya dilakukan untuk memberi informasi pada masyarakat terkait dengan adanya pemilihan umum tersebut. Media massa sebagai pilar keempat demokrasi juga tak ketinggalan menyampaikan informasi terkait dengan pemilihan umum. Peran media massa sebagai penyedia informasi sudah sangat efektif. Sebagai media yang paling banyak digunakan, media massa meliputi media elektronik, dan media sosial menjadi fokus utama dalam penyampaian informasi mengenai dunia politik dan menjadi sumber dalam memperoleh sebuah informasi. Selain media massa, media sosial juga menjadi media yang paling sering digunakan dalam hal memperoleh suatu informasi. Media sosial yang sering digunakan oleh informan dalam penelitian ini adalah *facebook* dan *instagram*. Selain facebook dan instagram media sosial lain yang menjadi acuan dalam memperoleh informasi adalah *twitter*.

Namun selain dari media televisi dan media sosial, informasi mengenai tagar tersebut juga diperoleh melalui media cetak. Selain menggunakan media cetak sebagai sumber informasi, ada juga yang memperoleh informasi melalui media online. Media online yang digunakan sebagai sumber informasi dapat berupa artikel maupun melalui situs-situs berita online yang banyak terdapat di internet. dalam upaya memperoleh informasi tidak hanya melalui media televisi dan media sosial saja tapi masih ada sumber informasi lainnya yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang terhadap suatu informasi yakni bisa melalui media cetak, memang saat ini media cetak jarang sekali digunakan oleh kaum muda karena mereka lebih memilih

media yang lebih praktis seperti media sosial. Selain media cetak seperti koran atau majalah, baliho dan spanduk-spanduk yang terpasang di sepanjang jalan juga bisa dimanfaatkan sebagai sumber informasi apalagi saat memasuki masa kampanye semakin banyak baliho dan spanduk yang sudah dipasang di tepi jalan.

Selain memperoleh informasi melalui media cetak dan media online, sumber informasi lainnya juga masih digunakan dalam upaya memeproleh suatu informasi tak terkecuali melalui media berbagi video yakni youtube. Portal berbagi video juga menjadi sumber informasi bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi. Saat ini media berbagi video seperti youtube tidak hanya berisi tentang musik ataupun film saja tetapi youtube juga memuat video yang berisikan informasi maupun berita yang membahas berbagai hal ternasuk berita mengenai dunia politik.

Pemilihan berbagai media sebagai sumber informasi tentunya memiliki beberapa alasan seperti kemudahan dalam mengakses ataupun karena memang media tersebut merupakan media yang paling sering digunakan. Selain karena kemudahan dalam mengaksesnya ada alasan lainnya yang mendasari pemilihan suatu media sebagai sumber informasi yaitu dalam hal kecepatan sebuah media dalam memberikan suatu informasi sehingga informasi yang diberikan selalu yang terbaru dan ter-*update* dan membuat para penggunanya tidak ketinggalan informasi. Selain karena ketepatan dan kecepatan dalam memberikan informasi ada juga alasan lainnya yang mendasari pemilihan media sebagai sumber informasi yaitu karena memang mereka lebih aktif menggunakan media tersebut daripada media yang lainnya.

Dalam memilih suatu media sebagai sumber informasi juga disertai beberapa alasan diantaranya karena akses yang mudah dan sudah menjadi media yang paling sering digunakan oleh informan. Memang ketika kita sudah sering menggunakan media tersebut pasti kita akan merasa mengandalkan media tersebut dalam hal apapun terutama untuk memperoleh informasi. Selain itu media massa juga media yang cepat dalam menyebarkan suatu informasi jadi sebagai audien kita dapat dengan cepat memperoleh informasi yang diinginkan dan tidak perlu khawatir akan ketinggalan informasi. Selain itu dalam memilih sumber informasi, kita juga harus memanfaatkan informasi itu sebagai sumber pengetahuan agar dapat mengikuti dam memahami tentang perkembangan mengenai apa yang sedang terjadi.

2. Pendapat dan Persepsi Mahasiswa FISIP Mengenai #2019GantiPresiden

Munculnya #2019GantiPresiden menuai banya respon di masyarakat dan juga di kalangan mahasiswa. Sebagai individu yang memiliki pemikiran yang lebih luas, berbagai tanggapan juga dikemukakan oleh para mahasiswa dalam upaya menanggapi munculnya #2019GantiPresiden. Sebagai mahasiswa FISIP yang konsen terhadap dunia politik tentu memiliki pemikiran yang lebih kritis dalam menanggaapi #2019GantiPresiden ini.

Respon atau tanggapan yang diberikan para informan sangat beragam, mereka beranggapan bahwa kemunculan #2019GantiPresiden merupakan hal yang wajar terjadi mengingat tahun ini merupakan tahun politik dan akan ada pemilihan presiden yang dilaksanakan di tahun ini. Namun ada juga anggapan lain yang disampaikan oleh beberapa informan bahwa #2019GantiPresiden ini merupakan sebuah hashtag yang aneh karena keputusan untuk ganti presiden itu ada di tangan rakyat, tidak bergantung kepada hashtag-hashtag seperti itu. #2019GantiPresiden juga menimbulkan

keheranan keterkejutan karena kemunculannya yang dirasa terlalu cepat dan mendahului waktu yang sudah ditentukan untuk melakukan kegiatan kampanye. Disisi lain #2019GantiPresiden ini ditanggapi sebagai suatu hal yang cukup bagus bagi orang yang sependapat dengan hashtag tersebut dan menghendaki perubahan untuk kedepannya.

Kemunculan #2019GantiPresiden merupakan sebuah cerminan dari kebebasan berpendapat. Awal mula munculnya tagar ini berawal dari sebuah kaus yang disablon dengan tulisan #2019GantiPresiden. Dari situlah muncul berbagai tanggapan dari berbagai kalangan. Sebenarnya tidak ada yang salah dengan hashtag tersebut, namun pernyataan dan postingan lainnya yang terkait dengan hashtag tersebut kebanyakan isinya malah berupa ujaran kebencian dan terkesan menyudutkan pemerintahan pada saat ini. Tetapi lama kelamaan, tidak lama setalah kemunculan #2019GantiPresiden muncul juga beberapa hashtag sejenis yang cenderung melawan pernyataan dari #2019GantiPresiden. Dari banyaknya hashtag yang bermunculan itu kesamaannya adalah sama-sama berisi ujaran kebencian yang menyudutkan salah satu pihak. Media massa terutama media sosial pun seolah menjadi tempat untuk saling mengungkapkan pendapat pribadi bahkan hingga terjadi perdebatan di dalamnya.

#2019GantiPresiden merupakan suatu hal wajar karenan tahun 2019 ini merupakan tahun politik, tahun pemilu jadi pasti pihak-pihak terkait akan melakukan cara apapun sebagai upaya kampanye. Selain itu #2019GantiPresiden juga bisa dikatakan sebagai strategi baru dalam konteks politik untuk mengenalkan para kandidat dan dapat membuat masyrakat teringat bahwa di tahun ini ada momen yang sangat penting. #2019GantiPresiden juga mampu menimbulkan kontroversi dan membuat suasan menjadi semakin memanas karena adanya berbagai perbedaan pendapat. Meskipun ada banyak kontroversi terhadap #2019GantiPresiden, sebagai rakyat sah-sah saja menggunakan hashtag itu namun tidak perlu terlalu berlebihan dalam mennanggapinya karena bagaimanapun juga tetap saja keputusan ada di tangan rakyat sebagai pemilih.

Kemunculan #2019GantiPresiden yang pada awalnya hanya berupa sablon di sebuah kaus saja ternyata mampu memicu perbedaan pendapat di setiap kalangan. Setelah ramai diperbincangkan di berbagai media #2019GantiPresiden ini juga menuai kontroversi dan membuat berbagai persepsi muncul di masyarakat. Berdasarkan pendapat dari para informan, #2019GantiPresiden ini sudah merupakan suatu bentuk kampanye, meski sebenarnya awal mula kemunculan hasgtag ini jauh sebelum masa kampanye dimulai. Sebenarnya tidak masalah untuk menggunakan #2019GantiPresiden asalkan penggunannya harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

#2019GantiPresiden bahkan juga disebut-sebut sebagai makar, istilah makar sering diidentikkan dengan istilah kudeta yang berarti tindakan pemberontakan untuk menggulingkan kekuasaan yang sah. Tetapi #2019GantiPresiden ini juga memberi dampak yang baik karena mampu menarik perhatian masyarakat yang semula tidak tertarik menjadi tertarik.

Setiap isu memang selalu menimbulkan pro dan kontra tak terkecuali di bidang politik. Isu politik memang merupakan hal yang sangat sensitif untuk dibahasa karena isu politik ini melibatkan kepentingan dari beberapa pihak. Adanya pro dan kontra terhadap sebuah isu merupakan suatu hal yang biasa terjadi karena memang adanya perbedaan pendapat dari masing-orang pribadi. Begitu juga dengan adanya #2019GantiPresiden, adanya hashtag ini sudah jelas akan menimbulkan pro dan kontra karena pasti ada orang yang

sependapat dan ada juga yang tidak sependapat dengan adanya hashtag tersebut.

Menjelang masa-masa pemilu pasti akan muncul berbagai isu yang berkaitan dengan pelaksanaan pemilu atau isu yang berkaitan dengan kandidat dalam pemilihan umum. Munculnya sebuah isu tentu akan diikuti dengan munculnya berbagai pendapat dari masyarakat dan bukan tidak mungkin juga akan menimbulkan adanya pro dan kontra. Tapi terjadinya pro dan kontra itu merupakan hal yang biasa dan hal yang wajar mengingat adanya perbedaan pendapat yang dikemukakan oleh masyarakat.

Munculnya pro dan kontra terhadap #2019GantiPresiden merupakan hal yang pasti terjadi karena memang dalam setiap kompetisi akan ada 2 kubu yang bersaing untuk mendapat hasil yang diinginkan. Tapi pro-kontra mengenai hashtag tersebut akhirnya juga menimbulkan dampat yang kurang baik karena menimbulkan adanya perdebatan bahkan memicu konflik antara 2 kubu hingga terjadinya pertentangan antar individu bahkan antar ormas. Alangkah baiknya dalam menanggapi hashtag ini tidak harus berlebihan dan jangan sampai melibatkan emosi di dalamnya agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

3. Kekuatan #2019GantiPresiden dalam Meyakinkan Pilihan Politik Mahasiswa

Kemuculan #2019GantiPresiden sejak awal sudah menjadi pembahasan yang sangat menarik bagi setiap orang. Kemuculan merajai setiap media massa, hampir seluruh media membahas tentang hashtag ini. Di media sosial juga hampir semuanya berisikan tentang #2019GantiPresiden, bisa dipastikan saat ini siapa pun pasti mengetahui informasi tentang #2019GantiPresiden. Selain kemunculannya yang mencuri perhatian #2019GantiPresiden juga memicu adanya pro kontra hingga terjadi perdebatan bahkan menimbulkan munculnya konflik di berbagai kalangan. Hal ini membuat suasana menjelang pemilu presiden 2019 menjadi semakin memanas.

#2019GantiPresiden ini merupakan trik dan taktik yang diperkirakan mampu mempengaruhi keyakinan dan hati nurani seseorang untuk membuat keputusan dalam pemilu presiden 2019 nanti. Munculnya #2019GantiPresiden juga diikuti oleh kemunculan hashtag-hashtag lainnya yang sama-sama merupakan bentuk aspirasi rakyat. Adanya #2019GantiPresiden ini membawa pengaruh yang cukup signifikan bagi rakyat dalam hal menentukan pilihannya di pemilu presiden 2019 nanti.

#2019GantiPresiden muncul atas kebebasan rakyat untuk mengemukakan pendapatnya. Namu dibalik itu ada berbagai pendapat yang muncul. Beberapa orang menyatakan bahwa mereka setuju dengan adanya #2019GantiPresiden. #2019GantiPresiden merupakan ekspresi yang disampaikan oleh masyarakat dan juga digunakan sebagai salah satu upaya kampanye. Penggunaan #2019GantiPresiden harus tetap penggunaanya dan tidak berlebihan agar tidak menyalahi aturan yang di tetapkan. Adanya #2019GantiPresiden memunculkan berbagai pendapat dan membuat orang-orang yang sependapat dengan hashtag itu secara terbuka menyatakan opini nya bahwa mereka sependapat dengan #2019GantiPresiden.

Selain ada opini yang sependapat dengan #2019GantiPresiden tentunya juga pasti ada opini yang bertentangan dengan pernyataan dalam #2019GantiPresiden. Jika menyimak dan mengikuti perkembangan mengenai #2019GantiPresiden ini tentunya kita akan lebih memahami apa makna sesungguhnya dari #2019GantiPresiden ini. Namu jika tidak mengikuti perkembangannya, tentu

kita akan ketinggalan informasi mengenai hashtag itu bahkan bisa terjadi adanya salah persepsi terhadap #2019GantiPresiden. Opini tersembunyi juga turut mewarnai adanya #2019GantiPresiden. Opini ini muncul karena pendapat yang mereka miliki bertentangan dengan #2019GantiPresiden dan mereka enggan untuk mengemukakan pendapatnya karena pendapat mereka berbeda dengan pendapat kebanyakan orang dan membuat mereka jadi merasa perlu untuk tidak menyampaikan pendapatnya secara terang-terangan.

Sebuah hashtag tidak dapat menentukan apakah seseorang akan setuju atau tidak dengan hashtag itu. Karena setiap orang sudah menentukan pilihannya masing-masing dan mereka juga berhak untuk menentukan keputusannya sendiri. Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari para informan dapat diketahui bahwa terdapat pendapat mayoritas dan minoritas terhadap #2019GantiPresiden. Pendapat mayoritas merupakan pendapat yang sangat mendukung adanya #2019GantiPresiden karena berbagai alasan, orang-orang yang memiliki pendapat mayoritas ini akan secara terbuka menyampaikan pendapatnya kepada khalayak. Sedangkan pendapat minoritas merupakan pendapat yang tidak sesuai dengan adanya #2019GantiPresiden ini, namun mereka tidak akan secara terbuka menyampaikan pendapatnya bahkan cenderung memilih diam.

Tapi disisi lain, ada informan yang menyatakan setuju dikarenakan #2019GantiPresien ini merupakan suatu kebebasan berekspresi. Dengan hashtag ini menunjukkan bahwa masyarakat berani mengemukakan pendapatnya. Ada juga yang menyatakan tidak setuju karena hashtag ini merupakan ungkapan dari orang-orang yang merasa kurang puas dengan pemerintahan saat ini.

#2019GantiPresiden ini mampu memberi pengaruh yang besar bagi masyarakat. Diawal kemunculannya saja sudah menuai kontroversi dan sangat menarik perhatian masyarakat, bagi orang yang awam yang tidak terlalu memahami dunia politik tentu akan sangat mudah terpengaruh. Viralnya hashtag ini di media juga mampu untuk mempengaruhi seseorang apalagi media juga menyertakan data-data, isu, bahkan kelemahan dari paslon yang tentunya sangat berpengaruh untuk merubah persepsi orang lain. Selain itu pada dasarnya masyarakat memang mudah terpengaruh oleh isu apapun yang sedang beredar dan juga mudah berubah pikiran hanya karena omongan dari orang lain.

Sedangkan bagi masyarakat yang cukup memahami dunia politik pasti tidak akan mudah terpengaruh karena dia akan melihat dan menilai seperti apa kandidat yang ada melalui asal-usul serta jejak karirnya. Selain itu orang yang tahu tentang politik pasti akan mengedepankan pilihan rasional bukan pilihan emosional semata.

Dalam upaya meyakinkan pilihan politik seseorang tentunya #2019GantiPresiden ini juga memegang peranan yg amat penting. Adanya isu yang bermunculan terkait dengan #2019GantiPresiden membuat seseorang menjadi yakin akan pilihan politiknya. Dengan melihat data-data yang disertakan dan diunggah di media membuat beberapa informan merasa #2019GantiPresiden ini mampu untuk meyakinkan pilihan politik mereka. Banyaknya informasi dan berita yang banyak memunculkan data-data terkait dengan masing-masing kandidat membuat pilihan politik seseorang akan terbentuk dan teryakinkan oleh #2019GantiPresiden.

Adanya #2019GantiPresiden juga dirasa tidak mampu untuk meyakinkan pilihan politik seseorang karena bagi

mereka yang memiliki pemikiran yang lebih luas tentu mereka akan melihat dulu bagaimana jejak karir dari masing-masing kandidat dan juga melihat seperti apa tujuan dari setiap kandidat itu. Semakin mendekati masa-masa pemilihan umum akan semakin banyak isu-isu yang bermunculan dan berkembang baik itu di media maupun di kalangan masyarakat sendiri. Keberadaan #2019GantiPresiden ini juga dianggap sebagai sebuah isu yang dmunculkan untuk mempengaruhi pilihan politik seseorang. Dalam upaya meyakinkan pilihan seseorang sosok pemimpin tidak hanya harus dilihat dari covernya saja, tetapi sosok seorang pemimpin haruslah mempunyai program kerja dan kebijakan yang jelas agar nantinya dapat meyakinkan rakyat dan memperoleh dukungan dari rakyat.

Setiap orang tentu memiliki pendapat dan penilaian tersendiri terhadap kandidat yang ada sehinggan membuat pilihan politik mereka tidak sedikitpun terpengaruh dari adanya #2019GantiPresiden. Hashtag ini juga tidak begitu meyakinkan orang lain karena sebagai rakyat Indonesia sudah seharusnya setiap orang menggunakan hak pilihnya secara bijak dan menentukan pilihan politiknya berdasarkan hati nurani masing-masing.

Kesimpulan akhir dari penelitian ini, dari 10 orang informan terdapat 2 orang yang setuju dengan #2019GantiPresiden karena mereka merasa bahwa saat ini Indonesia butuh perubahan dan butuh sosok pemimpin yang lebih baik dari yang saat ini karena jika yang saat ini tidak sesuai dengan janji-janjinya untuk apa harus dipertahankan. Namun ada 1 orang informan yang tidak setuju dengan #2019GantiPresiden karena dia tetap teguh dalam memegang keputusannya dan tetap pada pilihannya sendiri. Sebanyak 4 orang informan berada di pihak netral karena menurut mereka #2019GantiPresiden merupakan suatu kebebasan berekspresi dan merupakan suatu bentuk upaya kampanye yang dilakukan, bahkan salah seorang informan mengakui bahwa dia tidak tahu harus setuju atau tidak dengan #2019GantiPresiden ini dan dia juga berencana untuk tidak menggunakan hak pilihnya. Sebanyak 2 orang informan lain tidak secara terbuka menyampaikan pendapatnya karena mereka merasa setuju atau tidak dengan #2019GantiPresiden ini merupakan sebuah jawaban pribadi setiap orang. Seorang informan lainnya bahkan tidak sepenuhnya memahami tentang makna dari #2019GantiPresiden, dia beranggapan bahwa yang dimaksud dengan ganti "presiden" dalam hal ini adalah mengganti sistem pemerintahannya, bukan mengganti pemimpin dari sebuah negara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil olah data dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Opini Mahasiswa Fisip Seputar #2019GantiPresiden dalam Keputusan Memilih Presiden Pada Pemilu Presiden 2019 sebagai berikut :

1. Media massa merupakan media yang sangat efektif dalam penyampaian informasi. Karena saat ini hampir seluruh masyarakat sudah menggunakan media massa baik itu berupa media cetak, elektronik, media online bahkan media sosial. Selain itu sebagai media penyampai informasi media massa mampu menampilkan informasi yang ter-*update*.
2. Media massa sebagai media penyebar informasi menjadi sasaran utama bagi pemerintah untuk memberikan informasi mengenai dunia poilitik termasuk dengan adanya informasi mengenai #2019GantiPresiden yang menuai pro dan kontra bahkan hingga

menimbulkan adanya perbedaan pendapat.

3. #2019GantiPresiden menimbulkan adanya berbagai pendapat diantaranya ada pendapat yang mendukung adanya hashtag tersebut dan menyatakan opini secara terbuka dan ada juga opini yang tidak sejalan dengan hashtag tersebut dan akhirnya mereka menungkapkan opini nya secara tersirat karena merasa bahwa opini mereka merupakan opini minoritas.
4. #2019GantiPresiden menimbulkan dampak yang cukup signifikan dengan adanya data-data yang juga ditampilkan di media mampu mempengaruhi orang lain dalam menentukan pilihan politiknya.
5. Dengan adanya media massa dan melihat data-data yang diunggah di media #2019GantiPresiden mampu meyakinkan pilihan politik mahasiswa, namun ada juga yang mengatakan bahwa #2019GantiPresiden tidak mampu meyakinkan pilihan politiknya karena mereka memiliki penilaian tersendiri.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan bagaimana opini mahasiswa menanggapi adanya #2019GantiPresiden. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh bagaimana sebuah opini dapat memberi pengaruh yang cukup signifikan bagi mahasiswa.
2. Dalam menanggapi suatu informasi harus mampu memahami tentang makna apa yang ada di dalam suatu informasi yang ada agar tidak terjadi salah tafsir atau salah persepsi dalam menanggapi suatu berita atau informasi.
3. Pengaruh yang diberikan media cukup besar namun hendaknya jangan mudah terpengaruh hanya karena sebuah informasi. Ketika memperoleh informasi harus mampu menilai apakah informasi itu benar adanya.
4. Dalam menentuka pilihan politik tidak harus terpengaruh dengan isu-isu yang ada, alangkah baiknya dalam menentuka pilihan politik harus sesuai dengan hati nurani masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. PT Bumi Aksara: Jakarta, 2014

Effendy, Onong Uchana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 1984

Effendy, Onong Uchana.*Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung,2004

Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta, 2010

Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Erlangga: Jakarta, 2009

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga: Jakarta, 1991

Morissan.*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*.Kencana Prenamedia Group: Jakarta,2013

Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenamedia Group: Jakarta, 2014

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.Simbiosa Rekatama Media: Bandung, 2016

Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2007

Nurudin. *Komunikasi Propaganda*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2008

Pawito. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Jalasutra:Yogyakarta,2015

Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2012

Usman, Husaini. *Metodologi Penelitian Sosial*. PT Bumi Aksara: Jakarta, 2009

Referensi Lainnya :
http://www.dictio.id/
http://www.komunikasi95.blogspot.com