

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa reformasi yang sampai sekarang dirasakan masyarakat Indonesia memang tidak luput dari bagaimana perjuangan di kala itu yang terjadi di tahun 1998 saat terjadi demonstrasi besar-besaran yang dilakukan oleh berbagai pihak termasuk oleh mahasiswa di seluruh Indonesia pada kebijakan-kebijakan pemerintahan orde baru yang tidak sesuai dengan kaidah bangsa Indonesia yang menyebabkan banyak kalangan masyarakat merasa dirugikan dengan kebijakan itu. Masa reformasi yang dirasakan masyarakat Indonesia saat ini merupakan buah perjuangan para mahasiswa di masa itu yang membuat saat ini mahasiswa memiliki 3 fungsi strategis yaitu sebagai penyampai kebenaran, agen perubahan, dan generasi penerus masa depan (Febriana dkk., 2013).

Dalam dunia mahasiswa, banyak orang mengetahui bahwa mahasiswa selalu aktif dalam berbagai hal untuk belajar menerapkan tri fungsi mahasiswanya termasuk dalam penerapannya di dunia kampus. Dunia kampus memang tidak luput dari bagaimana mahasiswa itu sendiri belajar secara akademisi mengikuti program studi yang diambilnya (dipilihnya) tetapi selain itu juga mahasiswa aktif dalam organisasi yang ada di kampus (intra kampus). Organisasi intra kampus merupakan wadah pengembangan diri mahasiswa yang dapat memainkan tiga fungsi strategisnya. Di samping itu organisasi memberikan *softskill* di luar akademis yang tidak diajarkan khusus di akademik (Febriana dkk., 2013).

Organisasi kampus atau juga disebut sebagai organisasi mahasiswa (ormawa) merupakan suatu lembaga yang penting bagi keberlangsungan kehidupan di perguruan tinggi karena organisasi mahasiswa mengajarkan banyak hal bagi mahasiswa yang tidak diajarkan dalam perkuliahannya, karena organisasi mahasiswa sendiri adalah tempat mengasah *softskill* mahasiswa untuk aktif, tanggap, dan siap untuk diterjunkan langsung di lapangan (masyarakat).

Menurut keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, nomor 155/U/1998 dalam pasal 1, poin 1, dijelaskan bahwa : organisasi kemahasiswaan intra. Dalam pasal 1 poin 1 tersebut dikatakan bahwa: perguruan tinggi adalah wahana dan sarana pengembangan diri mahasiswa ke arah perluasan wawasan dan peningkatan kecendekiawanan serta integritas kepribadian untuk mencapai tujuan pendidikan tinggi. Selanjutnya di poin 3 dijelaskan bahwa: organisasi kemahasiswaan antar perguruan tinggi adalah wahana dan sarana pengembangan diri mahasiswa untuk menanamkan sikap ilmiah, pemahaman tentang arah profesi dan sekaligus meningkatkan kerja sama, serta menumbuhkan rasa persatuan dan kesatuan (dalam KEPMENDIKBUD RI No.155 Tahun 1998).

Saat ini organisasi kemahasiswaan banyak yang menerapkan konsep sistemnya seperti sistem negara Indonesia, sehingga tidak mengherankan jika kampus disebut juga sebagai miniatur dari sebuah negara. Kampus sejatinya adalah miniatur dari segala yang terangkum di dalamnya hal-hal kenegaraan, budaya, tata kelola sampai wajah bangsa, dan kampus adalah miniatur dari sebuah negara, penghuninya berisi orang-orang yang kelak menjalankan negara (Nugroho, 24 Februari 2016).

Kampus memang mengikuti asas sistem struktural bangsa Indonesia namun miniatur bangsa bukan hanya dilihat dari secara strukturalnya saja namun juga dalam sistem pergantian organisasi kemahasiswaannya juga menganut sistem politik demokrasi. Sistem politik demokrasi kampus tidak ubahnya juga mirip dengan sistem politik Indonesia yang mana pemimpin dipilih oleh rakyat. Terdapat dalam rancangan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART) kabinet mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura tahun 2016 dijelaskan bahwa: Kampus mempunyai Presiden Mahasiswa (Presma), Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM), dan Mahkamah Konstitusi Mahasiswa (MKM), dan badan otonom yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) (dalam Rancangan AD/ART KM-UTM,2016). maka secara langsung dapat dilihat bahwa setiap mahasiswa yang ada di kampus tersebut adalah rakyatnya, yang mana mereka dipilih langsung oleh mahasiswa selama masa jabatan mereka habis yang sudah diatur oleh Pasal 9 dalam keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia nomor 155/U/1998. Pemilihan tersebut biasanya dinamakan dengan nama pemilu raya (pemira) namun ada juga yang menyebutnya pemilwa (pemilu mahasiswa).

Pemilwa pada hakikatnya merupakan kemerdekaan mahasiswa untuk memilih pemimpin yang terbaik dari kalangan mereka, sekaligus menjadi wahana pembelajaran dalam membangun *character building* di masa depan, oleh sebab itu pemilwa penting untuk didorong pelaksanaannya menjadi pemilwa yang demokratis, partisipatif, dan berkualitas (Khalim, 2014).

Pemilu raya merupakan pesta demokrasi mahasiswa yang diagendakan setiap tahunnya termasuk juga di Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang tiap

tahunnya mengadakan pesta demokrasi mahasiswa yang selalu disambut oleh banyaknya para aktivis yang berusaha untuk mencalonkan dirinya menjadi presiden mahasiswa. Pesta demokrasi mahasiswa di UTM di tahun 2014/2015 kemarin memang menjadi ajang perebutan kursi yang ketat di pemilihan presma pasalnya terjadi persoalan yang diluar dugaan yakni adanya penyelundupan surat suara yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa yang terbukti memihak salah satu capres (Warta Kampus UTM).

Adanya konflik tersebut membuat pihak rektorat juga ikut andil dalam pemilu raya ditahun 2014/2015 yang memutuskan untuk mendiskualifikasi (menggugurkan) salah satu calon yang mana terbukti pihaknya menyelundupkan surat suara dan menciderai asas demokrasi kampus (Warta Kampus UTM). Hal tersebut memicu para masa pendukung pihak yang didiskualifikasi untuk melakukan demonstrasi di gedung cakra dan membawa keluar semua surat suara yang pada akhirnya di bakar dan mengakibatkan rusaknya fasilitas kampus yang ada di gedung cakra. Hal itu menyebabkan Pembantu Rektor 3 Bpk. Boedi Moestiko untuk mengadakan audiensi bersama para calon presma yang lain dan menghasilkan pencabutan SK rektor terkait pemilihan ulang.

Penindak lanjutan terkait pemilu raya akhirnya di serahkan kepada para calon dan panitia khusus yang dibentuk oleh rektor dan juga melibatkan beberapa ketua BEM fakultas, alhasil menghasilkan terpilihnya presma presiden yang dipilih melalui gubernur BEM yang menunjuk pasangan No. 1 sebagai penerus roda pemerintahan kampus. Seperti yang dilansir oleh media lembaga pers kampus (warta Kampus UTM): setelah sempat terjadi kerisuhan dalam pemilihan presma

2015, rektor Universitas Trunojoyo Madura (UTM) Muh. Syarif (24/4) resmi melantik presma terpilih yakni Tolak Adi untuk memimpin masa bhakti 2015/2016. Pemilihan yang hanya dipilih dari suara Gubernur BEM Fakultas tanpa melibatkan suara mahasiswa itu dimenangkan oleh pasangan nomor urut 1 (Warta Kampus UTM).

Gejolak pemilu raya 2015 menyebabkan banyak hal termasuk tidak berjalannya roda kepemimpinan kampus yang telah fakum selama 4 bulan dan menyebabkan kepercayaan mahasiswa terhadap presma ataupun aktivis kampus sudah menurun drastis akibat buah insiden pilpresma (pemilu raya 2015). Maka dari itulah dalam pemilu raya dibutuhkannya kampanye politik yang bisa mendorong mahasiswa untuk kembali ikut andil dalam pemilu raya.

Berbicara tentang pemilihan umum ataupun pemilu raya dalam suatu lembaga pemerintahan, tidak akan asing mendengar kata kampanye. Kampanye merupakan suatu ciri yang khas yang sering diadakan saat pemilu termasuk yang diadakan di kampus UTM. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:613), kampanye adalah kegiatan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing di parlemen dan sebagainya untuk mendapatkan dukungan massa pemilih di suatu pemungutan suara (Arifin, 2011). Sedangkan istilah kampanye sendiri berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *campaign*. Secara umum kampanye juga diartikan sebagai suatu kegiatan komunikasi verbal dan non verbal secara persuasif (Arifin, 2011). Kampanye memang selalu ada ketika pesta demokrasi politik berlangsung dan diartikan sebagai kampanye politik. Kampanye politik didefinisikan sebagai periode (waktu) yang diberikan oleh panitia pemilihan umum kepada semua

kontestan, baik partai politik maupun kontestan perseorangan untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suaranya saat pencoblosan (Kurniawan, 2009).

Kampanye merupakan salah satu dari sekian banyak cara untuk membuat mahasiswa lain agar mendukung calon yang mencalonkan diri dalam pemilu raya mahasiswa. Berbagai cara dilakukan dalam kampanye untuk menarik suatu dukungan agar kandidat calon bisa menempati kursi nomor satu dalam organisasi tersebut mulai dari mempromosikan dirinya melalui banner, pamflet, dan melalui media lainnya yang ada di kampus tersebut, tidak hanya melalui media kadang-kadang sang calon pun melakukan diskusi dengan mahasiswa yang lain agar menjadikan pemikiran mereka selaras dalam membangun kampus. Berbagai tindakan yang dilakukan dalam kampanye memang banyak tetapi memiliki inti tujuan yang sama. Seperti yang dikatakan Perloff (1993), dalam setiap tindakan kampanye dimensi informatif selalu menyatu dengan persuasif, sementara dimensi interaktif telah menjadi kebutuhan suatu kegiatan kampanye untuk mencapai keberhasilan yang optimal. Atas dasar ini maka konsep kampanye harus dipahami sebagai tindakan komunikasi dua arah yang didasarkan pada pendekatan persuasif (dalam Venus, 2009).

Kegiatan kampanye tidaklah lepas dari pendekatannya yang secara persuasi. seperti yang dipaparkan oleh Pfau & Parrot (1993) :*“campaigns are inherently persuasive communication activities”* yang artinya :*“persuasi secara inheren terkandung dalam kampanye”*. Dengan demikian setiap tindakan kampanye pada prinsipnya adalah tindakan persuasi (dalam Venus, 2009).

Persuasi atau *persuasion* atau juga kadang-kadang ditulis *persuasive*, menurut Kamus Psikologi (Reber, 2010) adalah suatu proses yang memengaruhi seseorang untuk mengadopsi suatu perangkat tertentu nilai-nilai, keyakinan atau sikap. Definisi persuasi juga bisa diartikan sebagai berikut, persuasi yaitu upaya mengubah sikap orang lain melalui penggunaan berbagai macam pesan. (Sarwono & Meinarno, 2009).

Dalam dunia politik, persuasi diperlukan saat melakukan kampanye, seperti yang dipaparkan di atas. Tindakan persuasi memang metode yang tepat untuk dilakukan di saat kampanye karena memang persuasi adalah suatu cara bagaimana seorang calon agar bisa menarik banyak pengikut atau massa yang mendukung dirinya. Seperti juga dalam dunia politik mahasiswa juga banyak menggunakan metode ini daripada menyuap. Karena mereka menggunakan metode yang benar-benar persuasi seperti yang dijelaskan oleh David O. Sears, Freedman, dan Anne Peplau: bahwa harus ada komunikator yang menyandang pendapat tertentu mengenai persoalan dan yang mencoba meyakinkan orang lain untuk mendukung pendapat tersebut, dan untuk melakukan hal itu, ia menciptakan komunikasi yang dirancang untuk meyakinkan orang bahwa pendapat ini tepat dan untuk membujuk mereka agar mengubah pendapat mereka sendiri searah dengan pendapat tersebut. (Sears, Freedman & Peplau, 1998)

Beberapa dimensi atau karakteristik dalam persuasi yang merupakan sesuatu yang utama dalam proses persuasif dan tidak satu pun dari karakteristik tersebut yang memisahkan persuasi dari cara wacana yang lain, yang pertama adalah tujuan dari usaha komunikator (komunikator), yang kedua pesan yang

berpengaruh, yang ketiga target (Rahman, 2013). Itulah yang terjadi di dalam perpolitikan dunia mahasiswa khususnya di lingkungan Universitas Trunojoyo Madura.

Kampanye politik yang dilakukan oleh mahasiswa di UTM saat pemilu raya biasanya menggunakan banyak cara agar para mahasiswa terpengaruh bahkan penggunaan metode kampanye yang termasuk tidak baik untuk digunakan seperti *black campaign*, *money politic*, dan juga penggunaan kampanye secara koersi akan tetapi di tahun 2016 cara-cara persuasi banyak dilakukan oleh para calon agar menempati posisi tertinggi dalam tatanan pemerintahan kampus UTM misalnya dengan memajang banner, pamflet, penyampaian visi-misi yang menarik ada juga yang menggunakan cara dengan langsung berkomunikasi dan berinteraksi kepada para mahasiswa yang lain melalui debat kandidat, seperti yang terjadi di lingkungan FISIB-UTM yang melakukan debat kandidat yang secara terbuka yang bisa dilihat langsung oleh banyaknya mahasiswa dan memiliki kesan dalam penyampaian visi-misi dan program kerja (Warta Kampus Fanatik).

Dari pemaparan di atas persuasif memang menjadi salah satu bagian daripada media kampanye politik yang dilakukan oleh mahasiswa yang ada di kampus Universitas Trunojoyo Madura yang mana memang media kampanye persuasif menjadi senjata untuk menarik massa, agar mendapat dukungan untuk menempati posisi nomor satu di organisasi yang ada di kampus. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Perilaku Persuasif Politik Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam Kampanye Politik Pemilu Raya”

B. Signifikansi Penelitian

Penelitian mengenai persuasi memang jarang apalagi di lingkup organisasi. Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya diantaranya:

Derina Ayu Septhira (2002) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Pelatihan Kemampuan Persuasi Terhadap Produktivitas Karyawan Asuransi Aetna Life Surabaya”. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh pelatihan kemampuan persuasi dengan produktivitas karyawan, ini dapat dilihat dari perbedaan hasil produktivitas yang sangat signifikan.

Adapun persamaan penelitian ini keduanya sama-sama meneliti tentang persuasi namun dalam penelitian Derina Ayu Septhira lebih fokus ke karyawan asuransi yang melakukan pelatihan kemampuan persuasi namun yang peneliti ingin teliti lebih fokus ke persuasi politik mahasiswa dalam pemilu raya di Universitas Trunojoyo Madura

Erni Kurniawati (2003) melakukan penelitian tentang “Hubungan Motivasi Kerja dan Kemampuan Persuasi dengan Kinerja Agen Asuransi Jiwa”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan nilai kemampuan persuasi yang diperoleh dari angket, maka dapat disimpulkan bahwa 26.67 % dari agen yang bekerja di PT Asuransi Allianz Surabaya memiliki kemampuan persuasi yang rendah sedangkan sisanya 73.33% tersebar pada posisi sedang dan tinggi.

Adapun persamaan penelitian ini keduanya sama-sama meneliti tentang persuasi namun dalam penelitian Erni Kurniawati lebih ke metodenya kuantitatif dan lebih mengarah ke bidang industri dan organisasi sementara fokus penelitian

yang penulis teliti menggunakan metode kualitatif dan fokus penelitiannya ke bidang politik yang ada di kampus.

Kusniati (2014) yang melakukan penelitian tentang “Tindak Tutur Persuasif dalam Wacana Kampanye Pemilu Legislatif tahun 2014”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa deskripsi wujud tindak tutur persuasif dalam wacana kampanye pemilu legislatif tahun 2014 yang terdiri atas : tindak tutur ilokusi dan tindak tutur perlokusi. Dalam deskripsi fungsi tindak tutur persuasif dalam wacana kampanye pemilu legislatif 2014, dan dalam deskripsi strateginya. Adapun persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang persuasif dalam kampanye pemilu.

Bedanya penelitian yang diteliti oleh Kusniati berfokus pada tindak tutur persuasif pada kampanye pemilu legislatif saja dan lebih berfokus pada tindak tuturnya, sementara fokus penelitian yang penulis teliti yakni pada persuasif politik mahasiswa dalam pemilu raya yang ada di kampus.

Dari ketiga penelitian di atas semuanya membahas tentang persuasif namun dari ketiga penelitian tersebut yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis lebih berfokus pada persuasif politik mahasiswa dalam kampanye politik yang ada di kampus UTM, menggunakan metode penelitian kualitatif, dan berfokus pada kajian bidang psikologi politik.

C. Fokus Penelitian

Dari beberapa masalah yang dihadapi dalam persaingan dunia politik mahasiswa, maka secara operasional permasalahan tersebut dapat difokuskan

sebagai berikut: Bagaimana Gambaran Perilaku Persuasif Politik Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam Kampanye Politik Pemilu Raya

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui Gambaran Perilaku Persuasif Politik Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam Kampanye Politik Pemilu Raya.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memperkaya keilmuan dan memberikan sumbangan untuk ilmu psikologi khususnya psikologi sosial dan psikologi politik.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Digunakan untuk menambah wawasan atau temuan baru yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya tentang persuasif politik dengan metode yang berbeda.

2. Bagi Subjek

Digunakan sebagai gambaran tentang pentingnya perilaku persuasif yang dimilikinya, sehingga bukan hanya di kampus saja teknik persuasif dilakukan dan bukan hanya dilakukan dalam bidang politik saja akan tetapi bisa

diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mencari dukungan terhadap masyarakat sekitar.

3. Bagi Institusi (Perguruan Tinggi)

Digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi institusi baik mahasiswa ataupun dosen dan karyawan tentang perilaku persuasif yang dapat digunakan dalam bidang politik yang lain seperti pemilihan rektor, dekan ataupun dalam pemilu yang ada di masyarakat sekitar agar bisa menjadi salah satu cara untuk meraup pendukung yang secara persuasif bukan dengan cara menyuap.