

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demokrasi merupakan sistem pemerintahan berdasarkan kedaulatan rakyat, di mana setiap individu memiliki hak untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan politik. Berdasarkan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 Ayat (2) menjelaskan bahwa “kedaulatan bangsa berada di tangan dan dilaksanakan menurut Undang-undang Dasar”. Dalam demokrasi dinyatakan bahwa suatu pemerintahan dipimpin oleh rakyat, dari rakyat, dan untuk rakyat. Menurut pendapat dari Joseph A Schmeter, demokrasi adalah suatu perencanaan institusional yang berguna untuk mencapai keputusan politik di mana individu-individu memperoleh kekuasaan dalam memutuskan cara perjuangan kompetitif atas suara rakyat.¹ Demokrasi akan terkonsolidasi bila aktor-aktor politik, ekonomi, negara, masyarakat sipil mampu mengedepankan demokrasi sebagai alternatif utama untuk meraih kekuasaan.²

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum mencakup aturan-aturan mengenai pemilihan anggota DPR, DPD, DPRD, serta pemilihan Presiden dan Wakil Presiden.³ Pemilihan Umum merupakan salah satu perwujudan dari adanya diselenggarakannya demokrasi dan juga sebagai ajang pesta demokrasi terbesar rakyat Indonesia dalam penegakan

¹ Encik Muhammad Fauzan, *Hukum Tata Negara Indonesia*, Setara Press, Malang, 2017, hal. 148.

² LIP, “*Dinamika Sosial Politik Menjelang Pemilu Serentak 2019*”, Jurnal Penelitian Politik Vol 16, No.1, Juni 2019

³ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 pasal 22e ayat 1

kedaulatan rakyat selama 5 tahun sekali berdasarkan kepada landasan dasar Pasal 22E Ayat (1) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 memandatkan untuk diselenggarakan Pemilihan Umum yang bermartabat Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur dan Adil. Tujuan penyelenggaraan Pemilihan Umum dalam sebuah Negara menurut Prof. Jimly Asshiddiqie adalah :

1. Untuk memungkinkan terjadinya peralihan kepemimpinan pemerintahan secara tertib dan damai.
2. Untuk memungkinkan terjadinya penggantian pejabat yang akan mewakili kepentingan rakyat di lembaga perwakilan
3. Untuk melaksanakan prinsip kedaulatan rakyat
4. Untuk melaksanakan prinsip hak-hak asasi warga negara.⁴

Tahun 2024 Indonesia menggelar pesta demokrasi Pemilihan Umum (Pemilu) yang diselenggarakan pada Rabu, 14 Februari 2024. Pemilu diselenggarakan oleh KPU. Penyelenggaraan pemilu diatur pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 yang mencakup aturan-aturan mengenai pemilihan anggota DPR, DPD, DPRD, serta Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Pada rangkaian proses pemilihan Presiden, salah satu tahap yang dilakukan adalah debat kandidat. Debat calon Presiden dan Wakil Presiden dilakukan agar masyarakat mengetahui visi serta misi yang akan dilakukan oleh calon Presiden dan Wakil Presiden. Pada pelaksanaannya, debat kandidat juga merupakan sebuah proses tindak tutur pada proses ini melibatkan pembicara

⁴ Jimly Asshiddiqie, “ *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*”, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hal. 416.

(calon Presiden dan Wakil Presiden) serta pendengar (masyarakat/penonton). Selain sebuah proses penyampaian visi serta misi, dalam debat juga sering kali terdapat proses-proses pemaknaan yang mendalam terhadap argumen yang disampaikan para calon Presiden dan Wakil Presiden. Pada kegiatan debat ini, para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden sama-sama menawarkan janji serta harapan yang akan dilakukan apabila salah satu dari kandidat calon terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden.

Manifestasi sistem demokrasi di Indonesia dibuktikan dengan diselenggarakannya Pemilihan umum yang bertujuan untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, wakil rakyat sebagai representasi kedaulatan rakyat seperti Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Dewan Perwakilan daerah Republik Indonesia, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi hingga Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota. Pemilihan umum merupakan bagian yang tidak dapat dihindarkan dari sistem demokrasi yang menjadi hukum dan kedaulatan rakyat sebagai dasar kehidupan dalam berbangsa dan bernegara.

Menurut Imam Budidarmawan Prasodjo menyatakan bahwa debat “calon Presiden” (Capres) RI pertama kali dieksperimenkan pada 27 April 1999, di aula Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia. Pesertanya yakni Dr. Amien Rais, KH Didin Hafidhuddin, Dr. Sri Bintang Pamungkas dan Dr. Yusril Ihza Mahendra, dinamakan secara legal sebenarnya belum dapat dikatakan sebagai calon Presiden. Mengingat pada tahun tersebut sistem pemilihan Presiden yang berlaku masih pemilihan tak langsung yaitu melalui anggota MPR. acara debat pada saat itu hanya sekadar diselenggarakan oleh mahasiswa Universitas Indonesia dalam wadah

mahasiswa “Forum Salemba”⁵. Debat ini kemudian dilihat oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) dan dipertimbangkan untuk diselenggarakan pada Pemilu.

Di Indonesia, debat publik merupakan tradisi baru. Pertama kali debat publik diterapkan pada tahun 2004. Ini membuktikan bahwa dalam debat publik, komunikasi yang baik akan memiliki efek besar pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Acara debat ini kemudian menjadi suatu agenda yang rutin dilaksanakan baik dalam Pemilu maupun Pilkada. Debat publik sangat penting, karena memiliki berbagai kelebihan dibandingkan dengan bentuk pesan kampanye lainnya. Debat publik yang disiarkan di televisi memberi lebih banyak ruang bagi kandidat untuk mengajukan isu mereka dan untuk membedakan diri mereka satu sama lain. Debat sebagai sarana untuk memfasilitasi masyarakat dalam menilai dan mengevaluasi kandidat dan memberikan akses kepada pemilih untuk mengamati para calon pemimpin mereka.⁶

Debat publik adalah salah satu sarana yang efektif dalam memperkuat pilihan rakyat dan memperkenalkan calon presiden dan wakil presiden kepada rakyat. Debat publik merupakan suatu forum diskusi yang terbuka bagi khalayak umum di mana para peserta biasanya terdiri dari kandidat politik, ahli atau tokoh masyarakat, menyampaikan pandangan mereka mengenai berbagai isu yang relevan dan penting.⁷

⁵ Widhia Arum Wibawana, 2024, “*Selayang Pandang Sejarah Debat Capres dan Pilpres, Kapan Pertama Digelar?*”, <https://news.detik.com/pemilu/d-7130166/selayang-pandang-sejarah-debat-capres-di-pilpres-kapan-pertama-digelar>

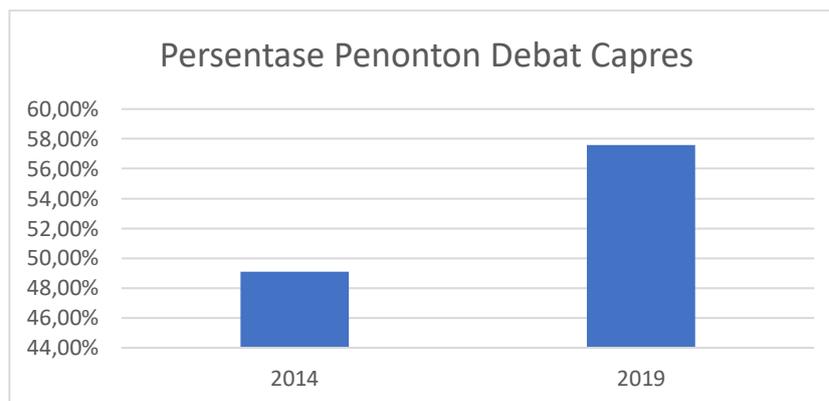
⁶ Iskandar Farid, (2020) “*Analisis Wacana Politik Debat Publik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Rспублиk indonesia*”, *Esolusi : Jurnal Sosial Politik*, Vol 3 No. 1, 2018.

⁷ Ibid 6

Debat calon Presiden dan Wakil Presiden sering kali menjadi tantangan bagi masyarakat untuk menentukan suaranya kepada calon kandidat, mengingat ada banyak sekali tantangan dan dinamika sosial politik yang terus berkembang. Dalam debat ini, pasangan calon dihadapkan pada berbagai pertanyaan krusial terkait kebijakan, kepemimpinan, dan program kerja yang akan mereka lakukan jika terpilih. Melalui debat, pemilih memiliki kesempatan secara langsung dalam menilai kemampuan komunikasi, pengetahuan, dan integritas dari masing-masing kandidat.⁸

Tabel 1.1

Persentase Penonton Debat Capres 2014 dan 2019



Sumber: <https://www.aa.com.tr/id/nasional/debat-pilpres-2019-lebih-diminati-dibanding-2014/1425495>

⁸ Jibril, M. “Partisipasi politik pemilih pemula dan preferensi pilihannya dalam menonton tayangan debat pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pemilu tahun 2024 di Kecamatan Parakansalak Perspektif Siyasah Dusturiyah.”, (2024) 6(4), 11787-11798

Berdasarkan persentase di atas dapat dilihat bahwa debat publik mengalami peningkatan setiap pemilihan umum. Pada tahun 2014 menjangkau penonton sebanyak 49,1% dari populasi yang diteliti dan disiarkan pada 7 stasiun televisi. Sedangkan pada debat Capres 2019 jangkauan penonton meningkat menjadi 57,6% dari Populasi yang diteliti dengan 13 stasiun televisi menyiarkan. Namun pada debat Capres 2024 yang telah dilaksanakan masih belum memiliki persentase penonton.

Pada debat yang dilaksanakan oleh KPU pada pemilu 2024 masyarakat yang menonton debat meningkat dari debat Capres yang dilaksanakan pada pemilu 2019. Di mana debat capres 2024 tercatat penonton debat publik mencapai 394 juta penonton dari keseluruhan debat yang dilaksanakan, dengan rata-rata 97 juta penonton debat pada setiap debat yang disiarkan oleh 9 stasiun televisi.⁹ Sedangkan pada debat Capres 2019 mencatat sekitar 200 juta penonton dari keseluruhan debat yang berlangsung, dan dengan rata-rata sekitar 70 juta penonton per debat yang dilaksanakan¹⁰. Ini menunjukkan bahwa antusiasme publik terhadap debat capres 2024 signifikan dibandingkan dari debat capres 2019.

Debat sering kali menjadi sorotan dimasyarakat dan menjadi pembicaraan yang hangat selama proses pelaksanaan Pemilu. Kebanyakan media sosial maupun siaran Televisi menayangkan debat calon presiden dan wakil presiden untuk dibaca maupun ditonton oleh semua kalangan bagaimana proses debat kandidat

⁹ Rio Faisal (2024), "*KPU RI: 394 juta penonton Saksikan Empat Debat Pemilu 2024*", <https://www.antarane.ws.com/berita/3945069/kpu-ri-394-juta-penonton-saksikan-empat-debat-pemilu-2024>

¹⁰Burhanuddin Muhtadi, (2019), "*Efek Elektoral Debat Capres*", <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/01/17/efek-elektoral-debat-capres>

berlangsung. Sehingga masyarakat dihadapkan dengan berbagai opini yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih calon kandidat yang akan memegang kekuasaan.

Oleh karena itu, pentingnya komunikasi dalam debat Presiden dan Wakil Presiden tidak hanya terletak pada penyampaian program dan visi, tetapi juga pada bagaimana kandidat membangun citra dan kepercayaan di hadapan publik.¹¹ Komunikasi yang efektif dapat membantu kandidat menyampaikan gagasan secara jelas dan menarik, sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat. lebih dari sekadar berbicara, komunikasi dalam debat memerlukan kemampuan persuasi, kejelasan dalam menjawab pertanyaan, serta keterampilan berargumen untuk meyakinkan para pemilih. Dengan komunikasi yang baik, kandidat tidak hanya mengungkapkan program, tetapi juga menunjukkan kepribadian dan nilai-nilai yang diyakininya, yang akhirnya dapat memengaruhi sikap publik secara mendalam terhadap kompetensi dan kredibilitas kandidat tersebut.¹² Sebagai hasilnya, masyarakat mampu menilai dengan lebih objektif dan merasa terlibat dalam proses politik yang berlangsung, menjadikan komunikasi sebagai salah satu faktor utama dalam penentu keputusan pemilih.¹³ Dengan kata lain bahwa pemahaman masyarakat terkait debat dan isu yang dibawakan oleh calon presiden dan wakil Presiden mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih. Dampak debat calon Presiden dan Wakil Presiden bagi sikap masyarakat tidak hanya bersifat sementara,

¹¹ Larry Diamond, *Semangat Demokrasi: Perjuangan untuk Membangun Masyarakat Bebas di Seluruh Dunia*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2008

¹² J.R. Anderson, "Political Communication and Public Perception in Election Debates: A Cross-Disciplinary Approach," *Jurnal Komunikasi Politik*, 2021

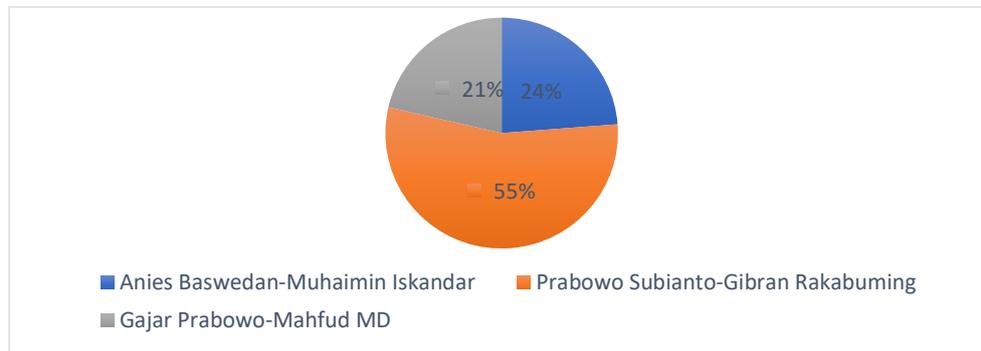
¹³ T.P Davidson, "Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum," *Jurnal Komunikasi*, 2021

melainkan berpotensi membentuk narasi jangka panjang. Pidato yang kuat, argumen yang meyakinkan, dan respons terhadap isu-isu penting menciptakan persepsi mendalam pada pemilih.

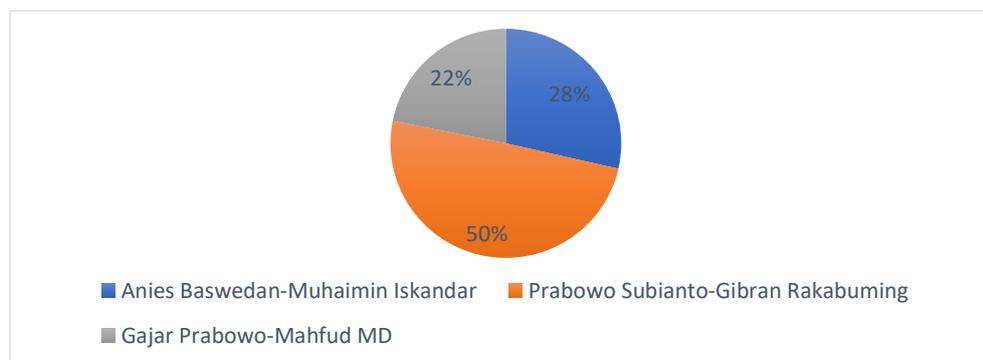
Performa dan keberhasilan calon dalam menjawab isu-isu krusial dalam debat atau forum publik memainkan peran penting. Kemampuan untuk menyampaikan ide dengan jelas, memberikan solusi nyata, dan merespons tajam terhadap pernyataan atau kritik dapat meningkatkan elektabilitas. Pidato yang kuat, argumentasi meyakinkan dan kemampuan berkomunikasi efektif menciptakan persepsi positif di kalangan pemilih.¹⁴ Elektabilitas dapat dipengaruhi oleh sejauh mana calon mampu menyampaikan program dan agenda yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat, seperti isu ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan keamanan.

Data elektabilitas calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Presiden 2024 telah dikaji oleh beberapa lembaga survei dari ketiga pasangan calon. Berikut daftar hasil survei yang relevan:

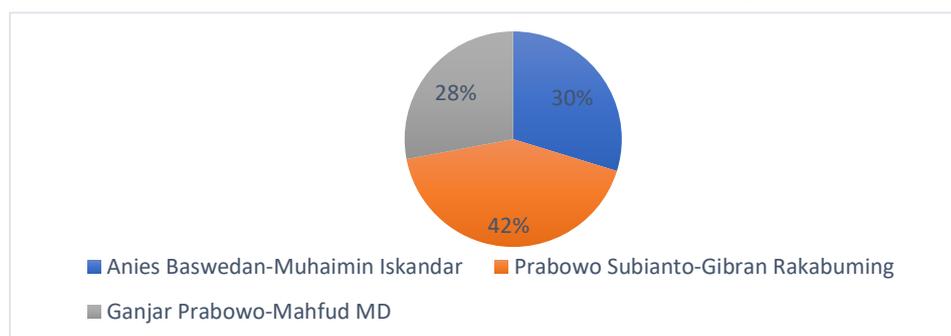
¹⁴ Citra Widayanti, Yulita Nilam Fridiyanti, “Analisis Pengaruh Debat Calon Presiden Terhadap Elektabilitas Calon Presiden Perspektif Pandangan Masyarakat”, *Journal of Social and Economi Research*, Vol 5 No. 2, 2023

Gambar 1.1**Hasil Elektabilitas dari Lingkaran survei Indonesia (LSI) Denny JA**

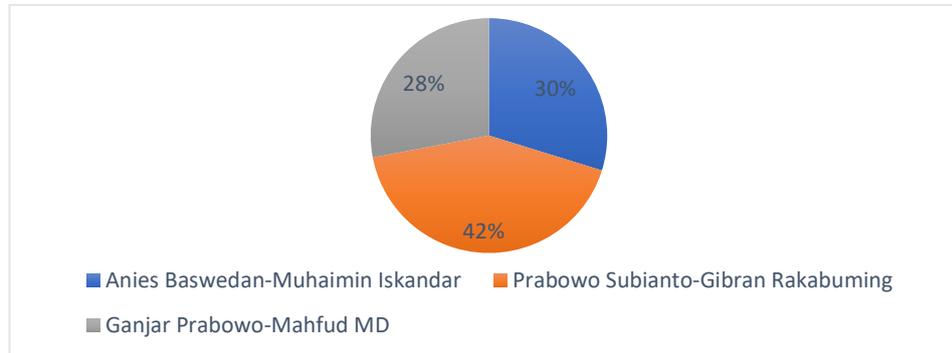
Sumber: Kompas.id

Gambar 1.2**Data Elektabilitas dari Poltracking Indonesia**

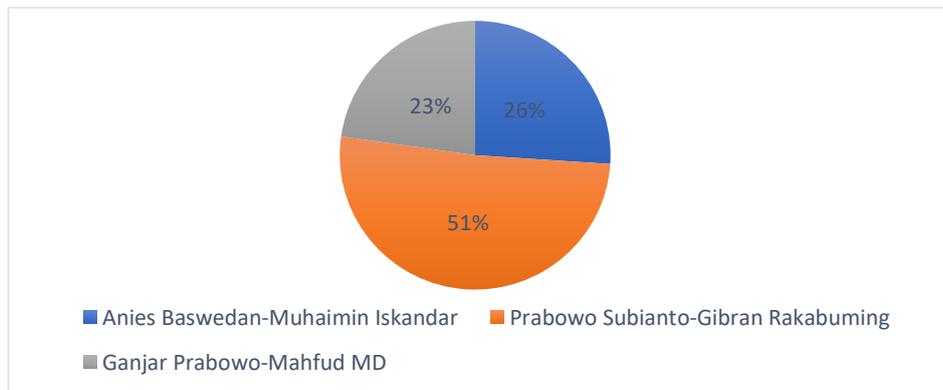
Sumber: CNBC Indonesia

Gambar 1.3**Data Elektabilitas Dari Indonesia Political Opinion (IPO)**

Sumber: CNBC Indonesia

Gambar 1.4**Data Elektabilitas dari Charta Politika**

Sumber: CNBC Indonesia

Gambar 1.5**Hasil Survei Elektabilitas Dari Indikator Indonesia**

Sumber: CNBC Indonesia

Dari hasil survei di atas berbeda-beda tergantung pada metodologi dan sampel yang digunakan. Secara umum, pasangan Prabowo Subianto-Gibran Raka Buming Raka terlihat unggul dalam elektabilitasnya.

Sikap pilihan politik masyarakat terhadap performa dan pencapaian calon presiden dan wakil presiden selama masa jabatan sebelumnya juga dapat memengaruhi elektabilitas. Kinerja yang baik dalam jabatan sebelumnya juga dapat

meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat¹⁵. Sikap politik merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku pemilih. Persepsi ini dibentuk melalui interaksi antara pemilih dan informasi yang mereka terima mengenai kandidat mengenai kandidat.¹⁶ Dalam konteks mahasiswa. Debat publik menjadi salah satu sumber informasi utama yang membentuk persepsi mereka terhadap kandidat presiden dan wakil presiden. Mahasiswa ilmu politik, dengan latar belakang akademis yang mereka miliki, diharapkan memiliki kemampuan untuk menganalisis debat publik secara lebih kritis dibandingkan dengan pemilih pada umumnya.

Mahasiswa sebagai kelompok pemilih muda dianggap memiliki peran strategis dalam kontestasi politik. Mahasiswa merupakan generasi penerus kebijakan demi kemajuan bangsa dimasa depan. Tidak hanya dari ruang kuliah mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan, tetapi juga melalui edukasi, organisasi dan media elektronik dengan melihat berita tentang kebijakan dan pendidikan luar sekolah. sehingga mahasiswa sering kali menjadi penentu dalam pergeseran opini publik, terutama karena mereka memiliki akses lebih luas terhadap informasi dan pemahaman yang lebih dalam terhadap isu-isu kebangsaan¹⁷. Dalam hal ini sikap yang mereka ditunjukkan terhadap kandidat sangat penting dalam menentukan pilihan politik mereka. Khususnya Mahasiswa ilmu politik Universitas Jambi, di mana mahasiswa Ilmu Politik pada tahun 2023 sudah aktif dalam

¹⁵ Citra Widayanti, Yulita Nilam Fridiyanti, *Op.Cit*

¹⁶ Ratnawati, I. (2014). “Pengaruh debat publik dalam pemilu terhadap perilaku pemilih. *Jurnal Komunikasi Politik*”, 3(2), 150-165.

¹⁷ Holbrook, T. M. (1999). “*Political Learning from Presidential Debates. Political Behavior*”, 21(1), 67-89.

memberikan suaranya dalam kegiatan Pemilihan Umum Raya Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Tidak hanya itu mahasiswa Ilmu Politik juga melakukan nonton bareng pada debat Calon Presiden dan Wakil Presiden di sekitar kampus yang berpotensi besar menambah pengetahuan dan wawasan luas dari mahasiswa sehingga dapat berpikir kritis dalam memilih calon presiden.

Peneliti mengetahui bahwa debat publik memiliki pengaruh terhadap pilihan politik mahasiswa Ilmu Politik, karena mahasiswa merasa sangat tertarik di mana mereka ingin mengetahui bagaimana proses debat kandidat diselenggarakan, dan mendengar apa visi, misi dan program-program yang akan dilakukan dalam memajukan Indonesia dan masyarakatnya. Mahasiswa juga ingin melihat bagaimana calon presiden dan wakil presiden memberikan tindakan terhadap masalah-masalah yang terjadi di Indonesia. Sehingga mahasiswa dapat menentukan pilihannya dari beberapa calon kandidat yang ada.

Penelitian ini terinspirasi dari beberapa sumber penelitian terdahulu sebagai bahan atau referensi yang akan dikembangkan dalam studi yaitu:

1. Penelitian ini yang dilakukan oleh Khusnul Khotimah, Emi Rizta Ksuma (2024) saat meneliti “Kontestasi Wacana Politik Dalam Debat Capres 2024 Kajian Pragma-Dialektika”¹⁸. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontestasi wacana politik tidak terjadi dalam kontes isu-isu politik, tetapi juga pada strategi komunikasi dalam penggunaan bahasa oleh Capres.

¹⁸ Khotimah, K., & Kusuma, E. R. (2024). Kontestasi Wacana Politik dalam Debat Capres RI 2024 Kajian Pragma-Dialektikal. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Metalingua*, 9(1), 67-74.

Strategi debat yang dilakukan yaitu berupa retorika untuk penguatan citra, penguatan bahasa yang tegas, menghindari bahasa kontroversial, melakukan penyampaian pesan politik. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas debat 2024. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu mengkaji terkait pesan politik, dan komunikasi penggunaan bahasa dari pasangan Capres sedangkan Penelitian ini menilai pengaruh debat, juga mengeksplorasi persepsi mahasiswa terhadap visi, misi, dan kemampuan kandidat, serta bagaimana hal ini memengaruhi keputusan mereka. Penelitian terdahulu berfokus pada video capres sedangkan penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi, yang merupakan kelompok yang belum banyak diteliti dalam konteks pengaruh debat kandidat. Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

2. Penelitian yang ini dilakukan oleh Gichella Gita (2019) dengan judul “Persepsi masyarakat terhadap tayangan debat calon Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024 di stasiun tv nasional”¹⁹. Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian terdahulu untuk memahami masyarakat dalam memaknai dan merespon tayangan debat yang disiarkan di stasiun TV. Persamaan antara penelitian terdahulu adalah sama-sama fokus pada debat Pilpres. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu membahas Debat 2019,

¹⁹ Gita Gichella (2019), “Persepsi masyarakat terhadap tayangan debat calon Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024 di stasiun tv nasional, <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/5260>

persepsi masyarakat sedangkan penelitian ini meneliti sikap mahasiswa lingkungan akademis, penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif yaitu wawancara sedangkan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Penelitian terdahulu lebih deskriptif terhadap opini dan persepsi sedangkan penelitian ini lebih analitis terhadap pengaruh debat terhadap pilihan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu mengkaji terkait pesan politik, dan komunikasi yang dilakukan dari pasangan Capres dan Cawapres. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi, yang merupakan kelompok yang belum banyak diteliti dalam konteks pengaruh debat kandidat. Hal ini memberikan perspektif baru yang lebih spesifik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei yang lebih luas, dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang menggunakan metode kualitatif atau wawancara. Penelitian ini tidak hanya menilai pengaruh debat, tetapi juga mengeksplorasi persepsi mahasiswa terhadap visi, misi, dan kemampuan kandidat, serta bagaimana hal ini memengaruhi keputusan mereka.

Penelitian ini mencoba menghadirkan sudut pandang yang baru di tengah beberapa penelitian terdahulu yang sudah ada, peneliti akan menganalisis dan mengidentifikasi apakah debat publik yang dilakukan oleh calon Presiden dan wakil presiden dapat mempengaruhi pilihan politik dari mahasiswa Ilmu Politik yaitu akademisi yang mengarah pada politik, pemilu, debat pada Pemilu dan Pilkada. Dengan semakin meningkatnya akses terhadap informasi, terutama melalui media sosial, masyarakat, khususnya mahasiswa menjadikan mahasiswa lebih terlibat

aktif dalam proses politik. Mahasiswa, terutama yang memiliki latar belakang ilmu politik, dianggap memiliki pemahaman lebih dalam mengenai dinamika politik.

Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana debat kandidat memengaruhi pilihan politik di kalangan mahasiswa, khususnya dalam konteks lokal di Universitas Jambi. Relevansi sosialnya dengan meningkatnya partisipasi politik di kalangan generasi muda, penelitian ini memberikan informasi yang relevan bagi calon pemimpin dan pembuat kebijakan untuk memahami preferensi dan harapan pemilih muda. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi politik dan persepsi dengan menyoroti bagaimana informasi yang disampaikan dalam debat dapat membentuk pandangan politik mahasiswa. Dalam konteks ini, debat publik menjadi momen krusial di mana mereka bisa menilai para kandidat secara langsung, tidak hanya dari retorika publik, tetapi juga dari penguasaan terhadap isu-isu kebangsaan.

Dari pemaparan di atas penulis ingin mengetahui bagaimana pilihan politik mahasiswa angkatan 2021 terhadap debat Calon Presiden dan Wakil presiden sehingga mempengaruhi pilihannya dan seberapa kritis mahasiswa dalam memahami debat Calon Presiden dan Wakil Presiden untuk menentukan pilihan mereka pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Sehingga penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Debat Terhadap Pilihan Politik Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2024”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh debat publik terhadap pilihan politik mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi pada Pemilihan Presiden dan wakil Presiden 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh debat dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka adapun penelitian ini bermanfaat kepada semua bidang yang membutuhkan referensi dalam penulisan yang berkaitan pada penelitian selanjutnya. Untuk itu dalam penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dan penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian-kajian yang mengarah pada pengaruh debat publik pada Pemilu.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi para pemilih dalam pemilu. Dan bagi peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan acuan bagi yang melakukan penelitian.

1.5 Landasan Teori

1.1.1 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah sebuah frase terdiri dari dua kata “komunikasi” dan “politik” yang mempunyai makna dan pengertian tersendiri sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Menurut Thomas M. Scheiwadel, komunikasi merupakan proses untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak sosial, dan memengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir dan berperilaku seperti yang di inginkan.²⁰ Setelah dua kata digabung maka terdapat pengertian luas yang dijelaskan oleh para ahli. Secara filosofis, kajian komunikasi politik adalah kajian tentang hakikat kehidupan manusia untuk mempertahankan hidup dalam lingkup berbangsa dan bernegara. Hakikat kehidupan sebagai motif atau sebagai keinginan yang mendorong manusia untuk memenuhi keinginan tersebut²¹. Komunikasi politik menurut Hafied Cangara murni yang membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi apakah itu dalam bentuk hadiah atau benda.²²

²⁰ Zaenal Mukarom,, “*Komunikasi politik*”, Bandung: CV Pustaka Setia 2016, hlm. 33

²¹*Ibid*, hlm. 17

²² Hafied Cagara, “*Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*”, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm. 36

1.1.2 Bentuk-bentuk Komunikasi politik

Komunikasi politik yang dilakukan memiliki tujuan penting yaitu untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan opini, ikut memilih, dan untuk mempengaruhi kebijakan publik dari segi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat, berikut bentuk-bentuk komunikasi politik yang biasa digunakan oleh politikus:

1) Retorika Publik

Berasal dari bahasa Yunani yaitu "*rhetorika*", yang berarti seni berbicara. Biasanya dilakukan dalam perdebatan-perdebatan diruang sidang pengadilan, debat publik untuk saling memengaruhi sehingga bersifat antar pesona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu kepada banyak orang²³.

2) Agitasi Publik

Dalam bahasa Inggris, *agitation*. Menurut Harbert Blumer yang dikutip oleh Anwar Arifin, agitasi dilakukan untuk mengajak rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan, dengan merangsang dan membangkitkan emosi. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat, kemudian menggerakkan masyarakat untuk menentang kenyataan yang penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan dengan tujuan menimbulkan kegelisahan di kalangan massa.²⁴

²³ Dan Nimmo ter. Tjun Suparman, "*Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*", (Bandung: Rosdakarya), hlm. 173. hlm. 195c

²⁴ *Ibid*, hlm. 66.

3) Propaganda Politik

Propaganda adalah suatu salah bentuk kegiatan yang sudah lama dalam bidang politik. Penggunaan propaganda politik secara intensif dalam politik adalah dilakukan oleh Hitler (NAZI) dalam perang dunia II. Dengan melakukan kebohongan dengan cara menyebarkan ideologi NAZI (fasisme) untuk memperluas pengaruh dan kekuasaan. Sebelumnya propaganda digunakan dalam bentuk kegiatan keagamaan (umat Katolik), yaitu pada tahun 1622, Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi cardinal yaitu congregation de propaganda fide, untuk menambahkan keimanan kristiani.²⁵

4) Kampanye

Bentuk kampanye komunikasi paling menarik dan semarak dilakukan menjelang hari pemilihan. Kampanye politik termasuk bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Kampanye politik adalah penciptaan ulang, dan pengalihan lambang signifikan secara sinambung melalui komunikasi.²⁶

Ada berbagai macam kampanye politik di antaranya sebagai berikut: *Pertama*, dengan menggunakan media massa atau disebut juga dengan istilah persuasif massa. Metode ini biasanya dilakukan dalam bentuk “imbauan kepada massa dilakukan baik melalui hubungan tatap muka ataupun melalui jenis media perantara, yaitu: media elektronik, media cetak, atau poster.”²³

²⁵ *Ibid*, hlm.66

²⁶ Dan Nimmo ter. Tjun Suparman, “*Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*”, (Bandung: Rosdakarya), hlm. 173. hlm. 195

Kedua, kampanye in terpersonal, adalah kampanye yang dilakukan terhadap diri sendiri atau lebih kepada sikap-sikap pribadi. Hal-hal yang biasanya “dilakukan oleh para kandidat (atau istrinya, kerabat dekat, dan juru bicara utama) dalam setting yang relative informal”.²⁷

Ketiga, kampanye organisasi adalah “mengerahkan anggota, dan memberikan tekanan kepada calon pejabat: serikat buruh, asosiasi perusahaan, kelompok agrikultur, organisasi hak sipil, lobby konsumen, pencinta lingkungan.” Hal tersebut semuanya dilakukan agar suara mengarah kepada kandidat yang berkompentensi dalam pemilu.²⁸

5) Debat Publik

Debat Publik merupakan turunan dari komunikasi melalui kegiatan kampanye politik. Debat publik adalah salah satu bentuk bahasa politik. Debat memberikan para calon berdebat dengan sudut pandangnya mengenai suatu permasalahan yang didukung oleh fakta dan data. Selain itu, debat juga menjadi sarana untuk menunjukkan kelihaian berargumentasi sebagai bahan penilaian publik.²⁹

Debat publik merupakan salah satu bagian dari kampanye menjelang pemilihan kepala daerah, yang bertujuan agar pemilih dapat mengetahui Kapasitas, integritas dan kepemimpinan para calon. Ini merupakan kesempatan Jang baik bagi para pasangan calon untuk mengkomunikasikan semua hal Perihal program

²⁷ *Ibid*, hlm.205

²⁸ *Ibid*, hlm. 206

²⁹ Hotma Feni dan Laurensius Salem, 2019 "*Analisis Wacana Kritis Debat Publik Pilkada Dki Jakarta Putaran Kedua Tahun 2017*", Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa 8, No. 9

kerjanya jika dipercaya oleh masyarakat memimpin daerahnya. Debat sendiri memiliki pengaruh besar terhadap pemilih yang sangat tertarik untuk mengetahui visi misi dari calon pemimpinnya. Namun berbanding terbalik, debat memiliki sedikit pengaruh pada orang-orang yang kurang tertarik atau orang yang jarang menonton debat.³⁰

Debat merupakan salah satu sarana yang efektif dapat membantu kandidat menyampaikan gagasan secara jelas dan menarik, sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat. lebih dari sekadar berbicara, komunikasi dalam debat memerlukan kemampuan persuasi, kejelasan dalam menjawab pertanyaan, serta keterampilan berargumen untuk meyakinkan para pemilih. Dengan komunikasi yang baik, kandidat tidak hanya mengungkapkan program, komunikasi yang dilakukan calon kandidat akan menambah kepercayaan dan keyakinan masyarakat dalam memilihnya. Sebagai hasilnya, masyarakat mampu menilai dan mengevaluasi kandidat dan memberikan akses kepada pemilih untuk mengamati para calon pemimpin mereka dengan lebih objektif dan merasa terlibat dalam proses politik yang berlangsung, menjadikan komunikasi sebagai salah satu faktor utama dalam penentu keputusan pemilih.

1.1.3 Teori Persepsi

Persepsi diartikan sebagai inti komunikasi, jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan

³⁰ Farid Iskandar, "*Analisis Wacana Politik Debat Publik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia*," *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* no. 1 (8 Agustus 2020): 31-38, <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.177>.

kita memilih suatu pesan atau mengabaikan pesan. Semakin tinggi persamaan persepsi antara individu, maka semakin mudah dan sering kita berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, kita akan semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas³¹.

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi (*perception*) berasal dari bahasa latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Dalam arti sempit, Leavitt mendefinisikan persepsi sebagai penglihatan atau bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, Leavitt mendeskripsikan persepsi sebagai pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.³²

Menurut Desiderato yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menjelaskan pesan. Persepsi ialah memberikan makna terhadap stimuli indrawi³³.

Selain itu, setiap individu memiliki perbedaan filter konseptual dalam melakukan persepsi, sehingga pengolahan rangsangan (stimuli) pada tiap individu akan menghasilkan makna berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.

³¹ Deddy Mulyana, (2007) "*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*". Bandung: Rosdakarya. hlm.13.

³² Levit dalam Nur Fitria Romadlonati, (2010) skripsi, "*Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora terhadap Brand Ambassador pada Iklan Citra pada Versi Rmah Cantik Citra Di Televisi*", Yogyakarta , hlm. 14.

³³ Jalalufin Rakhmat (2004), *Psikologi komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Hlm.51

2. Proses Terbentuknya Persepsi

Gambar 1.6

Proses terbentuknya Persepsi



Sumber: Joseph A. Devito, Komunikasi Antarmanusia, Profesional books, Jakarta, 1997, hlm. 75.

Alex Sobur memberikan 3 tahap proses persepsi, yaitu: seleksi, interpretasi, dan reaksi³⁴.

- a. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Dalam fase ini rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Namun, persepsi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk memilih informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana,

³⁴ Joseph A. Devito,(1997), *Komunikasi Antarmanusia*, Profesional books, Jakarta, hlm. 75.

- c. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsungnya proses seleksi dan interpretasi. Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi. Interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi suatu persepsi dari individu ataupun kelompok terhadap suatu objek lain, yaitu:

- a. Faktor yang ada pada perilaku persepsi (*perceiver*) yang meliputi sikap, kebutuhan atau motif, kepentingan atau minat, pengalaman dan pengharapan individu.
- b. Faktor yang pada objek atau target yang dipersepsikan meliputi hal-hal baru, gerakan tubuh, ukuran, latar belakang, dan kedekatan.
- c. Faktor konteks pada situasi di mana persepsi dilakukan yang meliputi waktu, keadaan atau tempat dan keadaan sosial³⁵.

1.6 Hubungan Antar Variabel

Riset awal yang dilakukan yang dilakukan Campbell & Kwak menyatakan bahwa komunikasi politik di dalam situs jejaring sosial berhubungan dengan partisipasi politik. Memberikan efek moderat yang signifikan bagi mereka yang berpendirian tegas, tetapi tidak bagi mereka yang berpikir sempit, serta dibarengi dengan adanya asosiasi antara partisipasi politik secara Online dengan offline. Komunikasi politik yang dilakukan melalui debat publik memberikan efek yang

³⁵ Rivai dalam A. Fajar adly, (2020) skripsi, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Citra Diri Wali Kota, Kota Bandar Lampung Herman HN yang Tergambar Pada Akun Facebook dalam pencaloan Gubernur Provinsi Lampung*, hlm. 27.

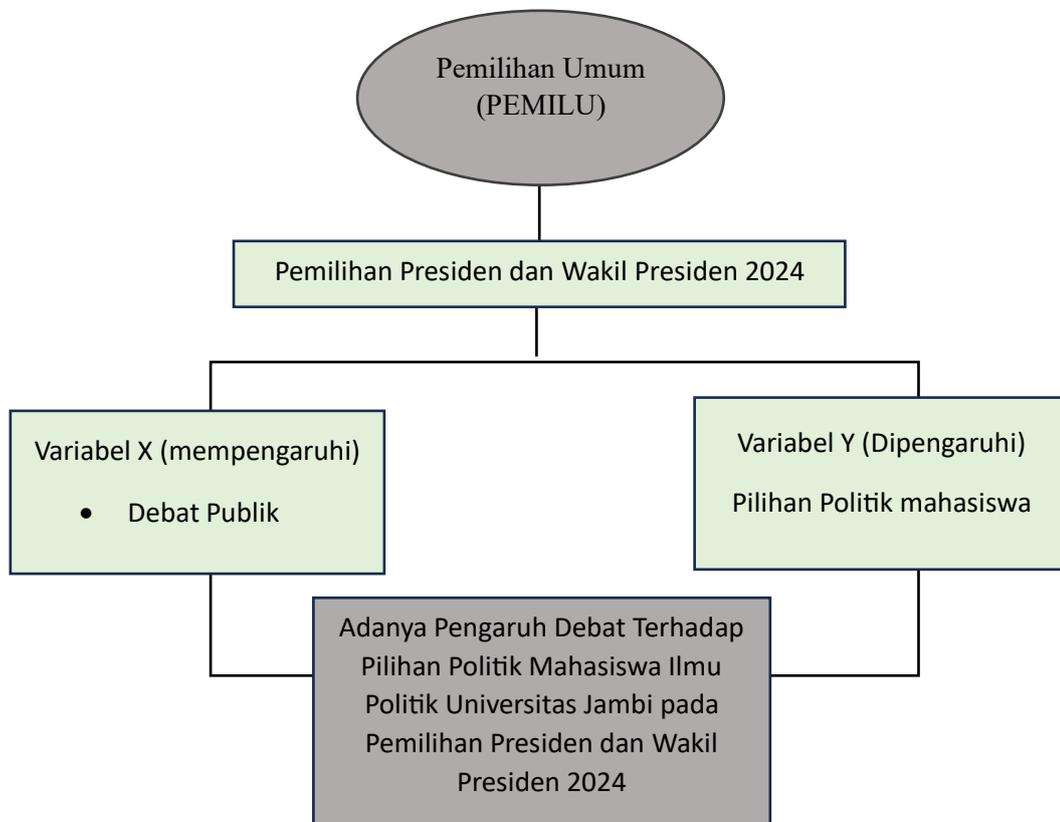
baik bagi mereka yang berpikiran luas, serta dibarengi dengan penjelasan visi dan misi yang diberikan.³⁶ Debat publik dapat meningkatkan cara berpikir politik mahasiswa, dan meningkatkan elektabilitas calon di mata mahasiswa maupun masyarakat.

Debat publik memiliki pengaruh yang signifikan dalam memberikan komunikasi politik dan membuka persepsi atau sikap mahasiswa maupun masyarakat. Melalui debat publik yang dilakukan calon kandidat akan menambah kepercayaan dan keyakinan masyarakat dalam memilihnya. Selain itu debat publik juga merupakan sarana efektif dalam memberikan visi-misi, kebijakan yang akan dilakukan oleh pasangan calon. Sehingga memiliki peluang besar untuk mempengaruhi persepsi mahasiswa dan masyarakat, Variabel Independen (X): debat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024. Variabel Dependen (Y): pilihan politik mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi.

1.7 Kerangka Berpikir

kerangka berpikir dibuat sebagai rangkaian pemikiran untuk mempermudah dalam memecahkan suatu masalah, mengikuti kerangka konseptual yang logis untuk memfasilitasi proses penelitian.

³⁶ Campbell & Kwak, 2011. *“Political Involvement in Mobilized Society: The Interactive Relationship among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation”* Journal of communication association, 61 1005-1024 International Communication Association.

Gambar 1.7**Kerangka Pikir**

Dari kerangka di atas dapat diketahui variabel Debat Publik adalah yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi dan kemudian dianalisis dalam penelitian ini pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2024.

1.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara, kesimpulan sementara atau pendapat yang belum final yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian ilmiah karena belum teruji kebenarannya. Namun, dalam hipotesis yang dikemukakan bisa

jadi adalah dugaan sementara yang berkemungkinan besar menjadi jawaban yang benar.³⁷

Hipotesis juga sebagai pedoman dalam penelitian untuk analisis data, jadi tujuan penelitian ini untuk menguji hipotesis. Hipotesis ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H0 : tidak ada pengaruh yang signifikan antara debat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa ilmu politik Universitas Jambi.

H1 : adanya pengaruh yang signifikan antara debat pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa Ilmu politik universitas Jambi.

Jika terbukti adanya pengaruh debat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa Ilmu politik Universitas Jambi mak H1 benar dan H0 tidak benar, begitu pun sebaliknya.

³⁷ Singarimbun Masri & Effendi, Sofian, "*Metode Penelitian Survei*", Edisi revisi, 1995, hlm 46

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono metode penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang akan terjadi secara faktual, sistematis serta akurat.³⁸ Metode penelitian kuantitatif deskriptif adalah pendekatan yang bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau populasi dengan menggunakan data berupa angka, statistik, dan analisis numerik dengan jelas. Metode ini membantu untuk memahami distribusi, frekuensi, dan hubungan, hubungan antar variabel dalam suatu populasi atau sampel. Alasan peneliti mengambil metode penelitian Kuantitatif yaitu peneliti ingin memahami fenomena yang berkaitan dengan subjek penelitian.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan tepatnya di Universitas Jambi Jl. Lintas Sumatera-Muaro Bulian No. Km. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kab. Muaro Jambi, Provinsi Jambi. ditujukan kepada mahasiswa angkatan 2021, 2022, dan 2023 Pemilihan lokasi di khususkan di ruang lingkup Universitas Jambi karena untuk mengetahui apakah debat Publik memiliki pengaruh terhadap persepsi mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024. Alasan pemilih memilih lokasi ini adalah Mahasiswa Ilmu Politik

³⁸ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*", Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 13

merupakan masyarakat yang sudah belajar mengenai Pemilihan Umum dan tahapannya sehingga lebih memahami topik penelitian.

1.9.3 Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan masalah yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti Pengaruh Debat terhadap sikap politik mahasiswa Ilmu Politik pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 alasan memilih mahasiswa sebagai fokus penelitian penulis adalah karena mahasiswa politik adalah masyarakat/pemilih yang sudah dan sedang belajar mengenai Pemilihan Umum dan tahapannya sehingga lebih memahami topik penelitian.

1.9.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiono adalah segala bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dipahami sehingga mendapatkan informasi penting tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.³⁹ Dalam penelitian ini ada 2 variabel, yaitu:

1. Variabel Independen atau variabel bebas (X) yang mempengaruhi secara langsung terikat, dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi yaitu debat pada pemilihan presiden dan Wakil Presiden 2024 yang mencakup aspek yaitu :
 - a) Kualitas argumen yang disampaikan oleh kandidat

³⁹ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2016, hlm 38.

- b) Kemampuan kandidat dalam menyampaikan visi, misi, dan program kerja
 - c) Sikap dan perilaku kandidat selama debat berlangsung
2. Variabel Dependen atau variabel Terikat (Y) yang mendapatkan pengaruh dari variabel bebas. Dalam penelitian ini Variabel terpengaruh (Y) adalah Pilihan Politik mahasiswa Ilmu Politik dapat mencakup:
- a) Pilihan kandidat yang akan dipilih
 - b) Keyakinan dalam mendukung kandidat tertentu
 - c) Perubahan persepsi terhadap kandidat
 - d) Tingkat keterlibatan politik setelah menonton debat

Menurut Marsi Singasimbun definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitakan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional semacam petunjuk untuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.⁴⁰

1.9.5 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang berkualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian mendapatkan kesimpulan.⁴¹ Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan yang menjadi populasi dari penelitian ini

⁴⁰ Singarimbun Masri & Effendi, Sofian, *Op.Cit* hlm.38

⁴¹ Sugiyono, *Op.Cit* ,hlm 39

adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Universitas Jambi angkatan 2021, 2022, 2023 sebanyak 251 orang.

Tabel 1.2

Jumlah Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik

Angkatan	Jumlah
2021	100 Mahasiswa
2022	81 Mahasiswa
2023	70 Mahasiswa
Total	251 Mahasiswa

Sumber : Mahasiswa Ilmu Politik

Diharapkan pada pemilihan populasi ini dapat diperoleh informasi dari Khalayak yang tepat pilih.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili sejumlah populasi. adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan metode Random Sampling berdasarkan ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono yang mengatakan bahwa: “Random Sampling adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada.”⁴²

⁴² *Ibid*, hlm 127

Dalam penelitian ini sampel yaitu seluruh mahasiswa yang aktif dan terdaftar sebagai Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Jambi. karena jumlah populasi yang diteliti 3 angkatan, maka untuk menentukan besaran sampel yang akan di teliti yaitu menggunakan teknik *sampel Slovin*⁴³. Dengan rumus slovin 10% - 15%, 20%-25%, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

d^2 : Tingkat Presesi (7%), toleransi ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel.

Maka Jumlah sampel untuk penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} = \frac{251}{251(7\%)^2 + 1} = \frac{251}{251(0,07)^2 + 1} = \frac{251}{251(0,0049) + 1}$$

$$n = \frac{251}{1,2299 + 1} = \frac{251}{2,2299} = 112,56$$

n = 112,56 dibulatkan menjadi 113.

⁴³ A. Muri Yusuf, "Metode Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan". Jakarta : Prenadamedia Group.2014, hlm.170

3. Teknik Sampling

Pada penelitian ini peneliti mencari sampel menggunakan teknik penentuan sampel teknik *Proportional Random Sampling*.

a. Proporsional Random Sampling

Untuk menentukan sampel, peneliti mengambil perwakilan setiap kelompok atau angkatan tahun masuk mahasiswa dalam populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota subjek yang ada dalam kelompok tersebut.⁴⁴

b. Random Sampling

Teknik ini tidak pandang bulu atau tidak pilih kasih, objektif, sehingga seluruh populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel pada penelitian ini.⁴⁵

Teknik adalah teknik menentukan sampel bila ingin mengambil setengah atau sebagian populasi dengan menggunakan Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 113 orang mahasiswa Ilmu Politik dari keseluruhan mahasiswa angkatan 2021, 2022, 2023 Universitas Jambi.

Menentukan pembagian sampel pada setiap angkatan tahun masuk mahasiswa Ilmu Politik menggunakan rumus **Yamane**:

$$n = n1 \times \frac{n}{N}$$

⁴⁴ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2016, hlm 382.

⁴⁵ Husaini Usman dan Purnomo Satiady Akbar, “*Metode Penelitian Sosial*”, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2008, hlm 44.

Keterangan :

n_1 = Jumlah populasi mahasiswa setiap angkatan

n = Jumlah sampel pada populasi awal

N = Jumlah populasi keseluruhan angkatan

Distribusi/penyebaran sampel yang di perlukan sebanyak 113 mahasiswa

Berdasarkan angkatan maka :

$$\text{Angkatan 2021 } n \cdot \frac{100}{251} = 113 \times \frac{100}{251} = 45 \text{ menjadi } 45 \text{ Orang}$$

$$\text{Angkatan 2022 } n \cdot \frac{100}{251} = 132 \times \frac{81}{251} = 36,46 \text{ menjadi } 36 \text{ Orang}$$

$$\text{Angkatan 2023 } n \cdot \frac{100}{251} = 132 \times \frac{70}{251} = 31,5 \text{ menjadi } 32 \text{ Orang}$$

Tabel 1.3

Jumlah Sampel Tiap Angkatan

No.	Angkatan Masuk Kuliah	Jumlah Sampel
1.	2021	45
2.	2022	36
3.	2023	32
	Total	113 Responden

Sumber : Diolah

1.9.6 Sumber Data

Sumber data adalah di mana objek data diperoleh, apabila menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data maka sumber data disebut responden.⁴⁶

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan atau responden. Dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner (angket) yaitu serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dibagikan untuk diisi oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis sumber data yang bersumber dari media tulis seperti buku, majalah, arsip, jurnal, gambar, dokumentasi yang ada berkaitan dengan aktivitas dan sesuai dengan tema yang dipilih dalam penelitian ini.

1.9.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bagi peneliti apabila peneliti mengetahui pasti variabel-variabel yang akan diukur dan yang cocok digunakan untuk jumlah responden cukup besar dan

⁴⁶ Singarimbun masri & Effendi, Sofian, "*Metode Penelitian Survei*", Edisi revisi, 1995, hlm 114

tersebar.⁴⁷ kuesioner ini akan disebarakan melalui media internet bagi responden dan jawaban responden akan diberikan skor nilai yang berbeda -beda.

2. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui studi pustaka dengan data tambahan dari berbagai referensi berupa dokumen, buku-buku teori, jurnal ilmiah, surat kabar online dan jurnal online.

1.9.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.⁴⁸

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif di mana teknik analisis yang peneliti gunakan ialah statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

1.9.9 Teknik Pengelolaan data

Untuk mengetahui jawaban dari setiap kuesioner maka dibutuhkan data Coding untuk menilai setiap jawaban. Data Coding adalah proses penyusunan data mentah secara sistematis (jawaban dalam kuesioner) ke dalam bentuk yang mudah

⁴⁷ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” Bandung, Alfabeta, 2016, hlm 142

⁴⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm. 147.

dibaca oleh mesin pengolah data seperti komputer.⁴⁹ Dalam mengolah dan menganalisis data penulis menggunakan SPSS. Oleh karena itu, dari setiap jawaban pertanyaan akan diberikan skor nilai yang berbeda-beda. Sebelum menentukan tabel nilai pengaruh perlu melakukan perhitungan untuk mengetahui rentang skala (RS) dengan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah tingkat}}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai skor tertinggi} &= n \times \text{skor tertinggi} \\ &= 113 \times 5 \\ &= 565 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai skor terendah} &= n \times \text{skor terendah} \\ &= 113 \times 1 \\ &= 113 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= \frac{565 - 113}{5} = \frac{452}{5} \\ &= 90,4 \end{aligned}$$

Maka skala variabelnya $113 + 90,4 - 1 = 202,4$

Untuk menentukan persentase pencapaian Rumus persentase pencapaian

$$\text{yaitu } \textit{Presentase} = \left(\frac{\text{Skor Rsponden}}{\text{Skor Maksimal}} \right) \times 100\%$$

Berdasarkan perhitungan Persentase di atas, maka diketahui Persentase sebagai berikut :

⁴⁹ Prasetyo Bambang, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 171.

$$\text{Persentase Terendah} = \text{Presentase} = \left(\frac{113}{565} \right) \times 100\% = 20\%$$

$$\text{Persentase Tertinggi} = \text{Presentase} = \left(\frac{565}{565} \right) \times 100\% = 100\%$$

Berdasarkan perhitungan nilai rentang skala, nilai rentang skor dan persentase pencapaian di atas, maka dijadikan dasar untuk melakukan penilaian terhadap skor indikator variabel penelitian untuk pengolahan data yang didapat sehingga dapat dikategorikan skala indikator pengaruh debat sebagai berikut :

Tabel 1.4

Skala Indikator Pengaruh Debat Terhadap Pilihan Politik Mahasiswa

No.	Kategori	Interval	Persentase Pencapaian (%)
1	Sangat Tidak berpengaruh	113 – 202,4	20 – 25,8
2	Tidak Berpengaruh	203,4 – 292,8	36 – 51,8
3	Kurang Berpengaruh	293,8 – 383,2	52 – 67,8
4	Berpengaruh	384,2 – 474,6	68 – 84
5	Sangat Berpengaruh	475,6 – 565	84,1 – 100

Sumber : Hasil Olah Data

1.9.10 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validasi

Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validasi tinggi.⁵⁰

⁵⁰ Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D” (Bandung: Alfabeta, 2016) hlm. 142.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk uji validitas menggunakan korelasi person (Prudoct Moment), dengan angka dasar menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X^2)\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien dan korelasi antara variabel x dan y

X = skor dari setiap item

n = jumlah subjek (responden)

Y = jumlah dari skor item

Instrumen atau pernyataan dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item pertanyaan tidak dapat dilakukan pengujian lanjutan atau dihitung dalam kebutuhan penelitian :

Untuk r hitung : perbandingan nilai r-hitung dengan r-tabel pada taraf signifikansi 0,05.

2. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabeujil adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, di mana item yang valid saja yang masuk pengujian, dalam menentukan reliabel atau tidak, sebagai berikut:

- a. Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha* melebihi angka 0,6 maka instrumen tersebut reliabel, kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan.

- b. Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha* kurang dari 0,6 maka instrumen tersebut tidak reliabel, kuesioner tidak dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan.

Uji reabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *cronbach Alpha* (α) karena penelitian ini menggunakan angket maka rumusnya:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = Nilai Reabilitas

K = Banyak item pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Jumlah skor setiap item

S_t^2 = Jumlah atau skor varians

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui populasi data apakah terdistribusi normal atau tidak. Jika data terdistribusi normal, maka digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan jika data terdistribusi tidak normal, maka digunakan statistik nonparametrik. Pada uji normalitas, peneliti menggunakan Metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-smirnov* $> 0,05$ maka dinyatakan data terdistribusi normal.

1.10 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya. Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi, umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut dengan hipotesis statistik.⁵¹

1. Uji Simultan (F)

Tujuan adanya pengujian hipotesis secara simultan adalah mengetahui sejauh mana pengaruh antara kelompok variabel X (bebas) terhadap variabel terikat (Y). Uji hipotesis yang digunakan dapat melihat pada nilai F atau dengan menggunakan nilai Sig, jika nilai $\text{Sig} \leq 0,05$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan. Jika menggunakan nilai F ketentuannya sebagai berikut:

Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Apabila nilai $F_{hitung} \leq$ nilai F_{tabel} , maka H_0 diterima.

2. Uji Parsial (t)

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu diuji keberartian korelasi.

Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. 2.

⁵¹ Annas, Suwardi. "Makalah Mata Kuliah Statistika "Pengujian Hipotesis".

Jika nilai Sig 0.05 atau nilai t-hitung > t-tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a diterima. Penetapan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a) terdapat pengaruh debat terhadap sikap pilihan politik mahasiswa Ilmu politik, sebagai berikut:

$H_{01} : \rho = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara debat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa ilmu politik Universitas Jambi.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ terdapat pengaruh signifikan antara debat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024 terhadap pilihan politik mahasiswa ilmu politik Universitas Jambi.

1.11 Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai *R square* mempunyai range antara 0-1. Semakin besar nilai R maka semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat (Y).

