BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Suatu negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi, salah satunya ditandai oleh peran masyarakat dalam menentukan pilihan pemimpinya, atau bahkan dapat mencalonkan sebagai pemimpin baik melalui jalur independen maupun ikut serta dalam partai politik. Sigmund Neumann menjelaskan tentang partai politik (seperti dikutip Miriam Budiardjo, 2013), Partai politik adalah organisasi dari aktifitas-aktifitas politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat melalui persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda. Dari penjelasan diatas diketahui selama negara menganut sitem demokrasi maka keberadaan partai politik akan selalu adan dan bahkan semakin bertambah, seperti dilansir pada data KPU terdapat jumlah partai politik yang terverifikasi pada pemilu 2014 adalah 10 partai politik dari total 34 partai politik yang mendaftar, hal ini dimungkinkan akan terjadi peningkatan pada pemilu selanjutnya. Selain itu dapat dilihat juga dari calon yang diusung oleh banyak partai politik, menjadi salah satu faktor penyebab iklan kampanye melalui media masa (baliho, spanduk, poster, televisi, dll) menjadi masif.

Masifnnya Iklan kampanye politik yang mempromosikan suatu partai, ataupun peristiwa tentang politik, misalnya pemberitaan tokoh partai yang terjerat kasus hukum di media massa, secara langsung maupun tidak membuat masyarakat menjadi terpengaruh. indikator dapat dilihat dari hasil survey kepada 50 orang responden bahwa 33 diantaranya mengaku telah terpengaruh oleh hal diatas. Disamping itu terdapat juga dampak positif dari iklan kampanye, yaitu dapat menjadi sumber informasi yang dibutuhkan untuk mengenal sebuah partai, karena mengandung unsur pengetahuan tentang partai tersebut. Selain itu masyarakat juga bisa membandingkan visi-misi dan program kerja dari partai-partai tersebut yang sesuai dengan harapan (melalui iklan pada media massa).

Tetapi maraknya para tokoh partai politik yang terjerat kasus hukum juga membuat masyarakat tidak tertarik terhadap partai politik dan mendorong terbentuk persepsi yang tidak baik kepada setiap tokoh partai politik. Berdasarkan hasil survei Political Communication Institute (Polcomm Institute) mayoritas publik tidak mempercayai partai politik. Publik yang tidak percaya partai politik yaitu lebih dari 50% masyarakat. Fakta ini menunjukan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik itu rendah. Bahkan terkdang, masyarakat memilih calon meskipun tidak mengetahui atau tidak menyukai dengan partai pengusungnya, atau tidak memilih sama sekali. Inilah yang menandakan bahwa partai politik telah diacuhkan oleh masyarakat.

Disisi lainnya sikap percaya pada nilai-nilai demokrasi di Indonesia sangat penting, karena partai politik adalah bagian penggerak demokrasi. Karena jika tidak ada partai politik, akan hilang esesnsi dari nilai demokrasi. Jika masyarakat sudah kurang mempercayai partai politik, kemudian akan ada kecenderungan terhadap lahirnya kelompok masyarakat yang menjadi apatis terhadap kehidupan perpolitikan di Indonesia. Seperti data partisipasi pemilu salah satu kota di Jawa barat yaitu Kota Cimahi membuktikan bahwa dari tahun ke tahun partisipasi politik di kota tersebut terus menurun. Terbukti berdasarkan data olahan hasil survei KPU Kota Cimahi tentang tingkat partisipasi pemilu di Kota Cimahi yang dikutip dari website resmi KPU, dari tahun 2004 pada pemilu presiden sebesar 80,30 % pada putaran pertama, dan 73,48% pada putaran kedua, bahkan di tahun yang sama pada pemilihan legislatif partisipasi politik hanya mencapai 64,43%, di tahun 2009 pemilihan legiaslatif adalah tingkat partisipasi yang sangat miris yaitu hanya 59,27%, pada 2007 & 2012 pemilihan walikota sebesar 73,54% & 70,06%, sementara itu pemilihan gubernur pada tahun 2008 & 2013 sebesar 71,3% & 68,39%. Terilihat dari data terbesut bahwa tingkat partisipasi masyarakat terhadap pemilu sangat rendah, dan tingkat partisipasi juga semakin memburuk mengingat pada 2013 yang notabene adalah pemilihan gubernur seharusnya masyarakat lebih mengetahui calon dan dapat memilih pemimpin yang terbaik karena sarana media dari informasi dan iklan kampanye dari pemilihan calon tersebar luas tetapi nyatanya angka presentasi pemilih semakin rendah dan akan terus menjadi rendah

di tahun-tahun selanjutnya. Hal ini membuktikan bahwa terjadi suatu bias informasi yang membuat masyarakat yang menjadi apatis.

Munculnya sikap apatisme harus diantisipasi dikalangan masyarakat. Jika masyarakat apatis dengan partai politik, maka sikap inilah yang menjadi masalah. Karena ketertarikan masyarakat untuk menyukai atau tidaknya terhadap partai politik merupakan sebuah sikap politik, tetapi mengenai informasi, dan pengetahuan tetang demokrasi atau partai politik adalah bagian dari pendidikan tentang partai politik. Sedangkan sosialisasi mengenai pemahaman dan pengetahuan partai politik sangat minim. Komisi Pemilihan Umum sebenarnya telah mencanangkan suatu program Pendidikan Pemilih salah satunya "Rumah Pintar Pemilu" yang bertujuan untuk mengedukasi menjadi pemilih cerdas, namun program ini belum tersosialisasikan dengan baik kepada masyarakat. berdasarkan dari fenomena tersebut perlu dirancangnya suatu media untuk mewujudkan pemahaman pada masyarakat mengenai partai politik dan program tersebut untuk berjalan sesuai rencana untuk menyongsong partisipasi pemilu berikutnya yang lebih baik. Atas dasar inilah yang akhirnya pembahasan ini menjadi penting untuk diangkat terkait peran seorang desainer komunikasi visual.

I.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas terdapat beberapa identifikasi masalah :

1. Banyaknya jumlah partai politik membuat iklan kampanye dan peristiwa politik dari partai politik pun semakin banyak dan hal ini juga memiliki pengaruh cukup besar terhadap masyarakat.
2. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap tokoh dan partai politik rendah sedangkan hal itu mendorong kecenderungan terhadap lahirnya kelompok masyarakat yang menjadi apatis terhadap kehidupan perpolitikan di Indonesia.
3. Sosialisasi dan pemahaman masyarakat terhadap partai politik dan demokrasi sangat minim. Sementara terdapat program pendidikan pemilih salah satunya "Rumah Pintar Pemilu" yang bertujuan untuk mencerdaskan masyarakat partisipan pemilu, namun program ini belum tersosialisasikan dengan baik kepada masyarakat.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijabarkan di latar belakang maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap demokrasi dan politik guna mencegah sikap apatisme sehingga muncul kesadaran dan kepercayaan politik dan mengajak masyarakat untuk memilih?”.

I.4. Batasan Masalah

1. Sifat apatisme masyarakat terhadap politik.
2. Program Pendidikan Pemilih salah satunya Rumah Pintar Pemilu.
3. Masyarakat pemilih aktif yang tergolong pemilih pemula.
4. Dibatasi di Kota Bandung dan sekitarnya (Kota Cimahi & Kab. Bandung) karena Kota Bandung adalah Ibu Kota dari Jawa Barat yang merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia.

I.5. Tujuan Perancangan

Tujuan Kampanye Sosial antara lain :

1. Membuat generasi yang paham politik dan tidak apatis.
2. Merubah sikap masyarakat menjadi kritis dan bisa memilah informasi yang diterima dan menjadi pemilih yang cerdas.
3. Mengajak masyarakat untuk memilih sehingga muncul kesadaran dan tanggung jawab politik dengan meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam aktivitas pemilihan dalam pemilu dan pilkada.

I.6. Manfaat Perancangan

Manfaat Kampanye Sosial antara lain :

1. Dengan membuat masyarakat yang paham politik diharapkan masyarakat memiliki kesadaran, dan kepercayaan politik yang tinggi pada demokrasi di Indonesia.
2. Dengan menjadikan masyarakat yang kritis sehingga dapat memilih suatu partai politik berdasarkan visi-misi dan program partai politik tersebut.
3. Dengan meningkatnya partisipasi dalam pemilu dan pilkada akan membuat demokrasi di Indonesia menjadi lebih baik.