

OPINI PUBLIK TERHADAP KREDIBILITAS CALON PRESIDEN RI TAHUN 2014 DALAM PERSPEKTIF MAHASISWA

PUBLIC OPINION OF PRESIDENT CANDIDATE OF REPUBLIC OF INDONESIA YEAR 2014 IN UNIVERSITY STUDENTS PERSPECTIVE

Ita Nurlita

Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya
Jl. A.Yani 114 Surabaya 60231 Telp. 031-8285602, 8291055
email: itanurlita@gmail.com

Widiawan Ardiansyah Putra

Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Surabaya
Jl. A.Yani 114 Surabaya 60231 Telp. 031-8285602, 8291055
email: widiawan_putra@yahoo.com

Diterima : 7 Agustus 2014; dirivisi : 17 November 2014; disetujui : 26 November 2014

ABSTRAK

Suatu negara yang menganut sistem politik demokrasi akan menitik beratkan pada apa yang menjadi keinginan dan kepentingan rakyat yang diaspirasikan, ditampung atau dihimpun melalui sebuah opini yang disebut dengan pendapat umum atau opini publik. Dalam tatanan Negara demokrasi opini publik dilihat sebagai suatu instrument yang sangat penting baik dalam proses artikulasi pendapat dan keinginan rakyat maupun dalam pengambilan keputusan kebijakan public. Menjelang Pemilihan Presiden tahun 2014 ini, partai politik banyak melakukan propaganda politik di media massa yang dimaksudkan untuk memberikan image positif terhadap seorang tokoh atau partai politik tertentu. Dengan image positif tersebut maka partai atau tokoh politik dianggap memiliki kredibilitas tinggi yang artinya masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sebuah partai atau tokoh politik. Disini peneliti bertujuan untuk menganalisa opini publik terhadap kredibilitas calon Presiden RI pada Pemilihan Presiden tahun 2014 ini dalam perspektif mahasiswa. Oleh karena mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa, dianggap mampu dan lebih kritis untuk menilai tentang kredibilitas calon pemimpin bangsa ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis fakta-fakta melalui survey atau kuesioner dengan menggunakan data statistik deskriptif. Dan dalam penelitian ini didapat hasil bahwa menurut pandangan mahasiswa dalam menilai kredibilitas calon Presiden RI pada Pilpres tahun 2014 adalah 1) Indikator mempunyai pikiran yang baik (good sense) didapat nilai untuk Bapak Prabowo 3,63 poin dan Bapak Jokowi 3,86 poin, 2) Indikator mempunyai akhlak yang baik (good moral character) didapat nilai untuk Bapak Prabowo 3,43 poin dan Bapak Jokowi 4,06 poin, 3) Indikator mempunyai maksud yang baik (good will) untuk Bapak Prabowo 3,48 poin dan Bapak Jokowi 3,82 poin. Dilihat menurut standar nilai dari Pace & Faules yaitu untuk batas atas skala 3,80 dan skala 2,80 untuk batas bawah, rata-rata nilai keseluruhan untuk Bapak Prabowo 3,51 poin dan Bapak Jokowi 3,91 poin, Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bapak Jokowi dikatakan mempunyai lebih kredibilitas dibandingkan Bapak Prabowo.

Kata Kunci : Opini Publik, Kredibilitas, Pemilihan Presiden, Perspektif Mahasiswa

ABSTRACT

A country with a democratic political system will focus on what the wishes and interests of the people, that's accommodated in a public opinion. Public opinion is a very important instrument in decision-making of public policy. In the 2014 Presidential election, many political parties campaign in the mass media to provide a positive image to make the figure considered to have high credibility. The aim of this research is to analyze the public

opinion on the credibility of Presidential candidates in the 2014 Presidential Election in the student perspective. Because the students as the future generation, able to assess the credibility more critically. This research is a quantitative study which to analyze the facts through a survey or questionnaire using descriptive statistics. The results of this research by the student perspective in assessing the credibility of the Presidential candidates in the 2014 Presidential Election is Mr. Jokowi has more credibility than Mr. Prabowo. It is seen from the average value of the indicator of credibility, namely Mr. Jokowi got 3.91 points, while Mr. Prabowo got 3.51 points. This is according to the standard of Pace & Faules value is 3.80 for the upper limit scale and 2.80 for the lower limit scale.

Keywords: Public Opinion, Credibility, Presidential Election, Student Perspective.

PENDAHULUAN

Suatu negara yang menganut sistem politik demokrasi akan menitik beratkan pada konsensus mengenai apa yang menjadi keinginan dan kepentingan rakyat yang dapat diaspirasikan, ditampung atau dihimpun menjadi sebuah opini yang disebut dengan pendapat umum atau opini publik. Dalam tatanan Negara demokrasi opini publik dilihat sebagai suatu instrument yang sangat penting baik dalam proses artikulasi pendapat dan keinginan rakyat maupun dalam pengambilan keputusan kebijakan publik. Oleh karena opini publik sangat lekat dengan segala proses politik yang ada di dalam suatu Negara, sehingga untuk mendapatkan dukungan dari rakyat, pemerintah harus memperhatikan apa yang menjadi opini dari rakyatnya. Dalam sejarah kekuasaan tidak ada pemerintah yang bisa bertahan tanpa dukungan dari rakyat. Kekuasaan seorang presiden bagaimanapun kuatnya akan runtuh ketika rakyat sudah tidak mendukung pemerintahannya.

Opini publik hanya dapat berkembang dinegara-negara demokratis dimana terdapat kebebasan bagi tiap individu untuk mengutarakan keinginan atau mengembangkan pendapatnya baik secara lisan, tertulis, gambar-gambar, isyarat maupun dengan lambang lainnya yang dapat dimengerti. Dalam hal ini opini publik sebagai suatu kontrol sosial. Dalam perspektif ini, opini publik ditempatkan sebagai suatu keniscayaan dalam dalam mempromosikan integrasi sosial dan memberikan jaminan akan adanya semacam dasar atau pijakan bagi tindakan atau keputusan-keputusan. Berdasarkan kedua karakter tersebut dapat dilihat bahwa sebenarnya sama-sama menunjukkan peran atau fungsi dari opini publik baik dalam konteks kehidupan sosial maupun politik.

Emory S. Bogardus (Kustadi Suhandang, 2009) mengungkapkan, bahwa opini publik mempunyai kompetensi berupa pengaruh terhadap kehidupan sosial. Dinyatakannya bahwa opini publik mempunyai kompetensi dalam empat hal, yaitu *pertama*, opini publik memperkuat undang-undang, sebab undang-undang tanpa dukungan dari padanya akan merupakan huruf-huruf mati; *kedua*, opini publik memberikan kekuatan hidup badan dan lembaga-lembaga sosial; *ketiga*, opini publik dalam kekuatan pokok yang menghidupi dasar-dasar sosial; dan *keempat*, opini publik adalah pendukung moral utama dalam masyarakat.

Opini publik yang berkembang di Indonesia berpengaruh terhadap berlangsungnya proses sosial bahkan merupakan tulang punggung negara. Oleh sebab itu peranan opini publik juga berpengaruh pada kehidupan politik dan sistem politik atau sebaliknya. Kaitannya dengan opini publik nasional, bahwa opini publik yang ada dibangsa ini tidak terlepas dari struktur kekuasaan. Hal tersebut memang benar bahwa kekuatan opini publik di Indonesia sangatlah terlihat, apalagi jika disokong dengan pihak yang berkepentingan.

Saat ini, apalagi menjelang Pemilu Tahun 2014 banyak sekali survey mengenai opini, berbagai partai politik melakukan survey untuk kepentingan partai politiknya. Menurut Hasanuddin, motif dari survei tersebut dapat dilihat dari siapa yang membiayai survei itu, ini akan menentukan alat ukur yang digunakan para peneliti. "Jika partai yang membayar survei, maka alat ukur yang digunakan adalah untuk kepentingan dan tujuan survei tersebut, maka dari itu, hasil survei yang sudah "dipesan" pihak tertentu atau parpol tidak boleh dipublikasikan kepada masyarakat luas karena dapat menyesatkan. Secara etik hasil survey tersebut dilarang disebarluaskan ke

masyarakat. "Hasil dari survei tersebut hanya untuk internal partai saja. (Republika.co.id, Jakarta, 2013).

Dalam melakukan proses memperoleh kedudukan dan kekuasaan politik, partai politik beserta tokoh-tokohnya melakukan segala macam propaganda politik pada saat menjelang Pemilihan Umum. Dimana media massa biasanya penuh dengan iklan-iklan politik yang dimaksudkan untuk menarik massa dengan cara melakukan pencitraan terhadap seorang tokoh atau partai politik tertentu untuk memberikan image positif. Dengan memiliki image positif, maka partai atau tokoh politik dianggap memiliki kredibilitas tinggi yang artinya masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sebuah partai atau tokoh politik tertentu sehingga tingkat keterpilihannya tinggi untuk mencapai kekuasaan dan kedudukan politik karena masyarakat saat ini akan cenderung untuk memproses informasi yang datang dari media yang dikonsumsinya untuk mendapatkan referensi sebanyak-banyaknya terhadap jasa politik yang ditawarkan partai politik untuk menghindari kesalahan memilih produk politik. Karena kesalahan memilih produk politik, maka mereka akan bertanggung jawab terhadap apa yang akan terjadi terhadap bangsa dan negaranya apabila dipimpin oleh orang yang salah.

Dengan demikian seorang calon pemimpin bangsa yang nantinya akan memimpin negara harus mempunyai kredibilitas yang tinggi, oleh karena bahwa inti kepemimpinan yang efektif terletak pada kredibilitas individu yang terdiri atas kejujuran, kompetensi dan kemampuan menginspirasi. Kredibilitas sebagai kemampuan seseorang untuk dapat dipercaya atas sikap maupun pernyataannya, sehingga orang akan menganggap ia kredibel atas sikap dan pernyataan yang telah dibuat. Dalam politik Kredibilitas akan melahirkan Elektabilitas. Kredibilitas akan berefek pada penilaian Kapabilitas dan tingginya penilaian Kapabilitas akan berbanding lurus dengan Elektabilitas.

Mengapa kredibilitas sangat penting? Seorang pemimpin yang kredibel akan membuat anggotanya merasa bangga menjadi bagian dari organisasi, menjadi bersemangat, memiliki komitmen serta loyalitas dan rasa saling memiliki terhadap organisasi. Sebaliknya, pemimpin yang

memiliki kredibilitas rendah membuat anggotanya bekerja hanya pada saat diawasi, termotivasi hanya oleh uang dan materi semata, serta merasa tidak betah berlama-lama menjadi anggota organisasi tersebut (James Kouzes dan Barry Posner, 2011:29).

Dari fenomena tersebut diatas, peneliti ingin menganalisa dan mengkaji lebih lanjut bagaimana kredibilitas calon pemimpin bangsa ini dalam perspektif mahasiswa, Oleh karena mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa, dianggap mampu dan lebih kritis untuk menilai tentang kredibilitas calon pemimpin bangsa ini, dengan demikian peneliti akan melihat opini dari mahasiswa sehingga opini publik dari perspektif mahasiswa tersebut dapat dijadikan referensi atau patokan apakah calon presiden tersebut layak atau mempunyai kredibilitas untuk dipilih.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "*Bagaimana Kredibilitas Calon Presiden RI Pada Pemilihan Presiden Tahun 2014 Dalam Perspektif Mahasiswa di Surabaya?*"

TINJAUAN PUSTAKA

1. Opini Publik

Opini adalah serapan dari bahasa asing (*opinion*), merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata baik dalam bentuk opini tertulis maupun secara lisan bisa juga sebagai perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan lain sebagainya (Ruslan, 2005). Sedangkan pengertian publik menurut Herbert Blumer (dalam Nugroho: 2004) adalah sebagai kelompok manusia yang berkumpul secara spontan dengan syarat-syarat dihadapkan oleh suatu masalah, terdapat perbedaan pendapat dalam menyelesaikan masalah dan adanya diskusi untuk mencari jalan keluar. Bernard Berelson mengatakan bahwa opini publik merupakan pertukaran informasi yang membentuk sikap, menentuka isu dalam masyarakat dan dinyatakan secara terbuka. Opini publik sebagai komunikasi mengenai soal-soal tertentu yang jika dibawakan dalam bentuk atau cara tertentu kepada orang tertentu akan

membawa efek tertentu pula.

Adapun menurut Emory Bogardus (Abdurachman, 2001) mengemukakan pendapat umum adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan di dalam masyarakat demokratis.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa opini publik adalah hasil interaksi, diskusi antar individu yang berdasarkan pertukaran pikiran yang rasional untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Opini publik berfungsi memberikan pengertian kepada seseorang dalam menanggapi suatu masalah. Hal ini diperlukan karena individu juga cenderung berbuat sama dengan yang dilakukan untuk membantu memecahkan ketegangan individu-individu yang tergabung dalam suatu kelompok, antara lain dengan melakukan pembagian tugas antar sesama anggota kelompok.

Opini publik hanya dapat berkembang dinegara-negara demokratis dimana terdapat kebebasan bagi tiap individu untuk mengembangkan pendapatnya dengan lisan, tertulis, gambar-gambar, isyarat dan lambang lainnya yang dapat dimengerti. Kebebasan untuk menyatakan opini pengembangannya tidak akan terlepas dari sistem pers yang dianut oleh masyarakat itu sendiri.

2. Macam Opini Publik

Ada tiga macam / jenis opini publik menurut Nimmo (2001:25) yaitu:

- a. Wajah Opini Massa adalah pengungkapan yang sebagian besar tidak terorganisasi yang disebut publik, komunitas opini latar belakang, konsensus atau suasana publik. Opini berasal dari perseorangan yang mencapai pilihan personal dan konsidensi pilihan ini melalui selektifitas konvergen (suatu alat untuk mencapai ketertiban).
- b. Wajah Opini Kelompok yang terdiri dari kelompok usaha, serikat buruh, organisasi pertanian, kelompok konum, bahkan badan pemerintahan yang mengambil posisi publik dalam perselisihan. Setiap kelompok merupakan publik tersendiri yang dipengaruhi oleh konsekuensi pertikaian tertentu dengan berbagai cara. Wajah opini publik ini muncul baik melalui alat kontrol sosial yang

terorganisasi (propaganda) maupun memberi atau menerima dari kelompok yang saling melakukan negosiasi.

- c. Wajah Opini Rakyat adalah penjumlahan opini seseorang seperti yang diukur oleh pool dan survey politik kecenderungan ukuran yang lain, pilihan membeli pada konsumen, pemberian suara pada pemilihan umum, dan lain-lain. Opini publik diturunkan dari proses kontrol, konvergensi, seleksi, diri dan negosiasi serta merupakan produk gabungan kasalah lingkungan propaganda, periklanan, dan retorik media organisasi massa dan personal.

3. Kekuatan Opini Publik

Sastroputro memperinci kekuatan opini publik, sebagai berikut:

- a. Opini publik dapat menjadi suatu hukuman sosial terhadap orang atau sekelompok orang yang terkena hukuman tsb.
- b. Opini publik sebagai pendukung bagi kelangsungan berlakunya norma sopan santun & susila, baik antara yang muda dengan yang lebih tua maupun antara yang lebih muda dengan sesamanya.
- c. Opini publik dapat mempertahankan eksistensi suatu lembaga atau bahkan bisa juga menghancurkan suatu lembaga.
- d. Opini publik dapat mempertahankan atau menghancurkan suatu kebudayaan.
- e. Opini publik dapat pula melestarikan norma sosial

METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Surabaya, Penelitian yang dilakukan terfokus pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, di Jalan A Yani 114 Surabaya yang berada di wilayah Surabaya Selatan yang merupakan jantung kota Surabaya.

2. Model Penelitian

Model penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan ini menggunakan metode kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis

fakta-fakta melalui survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menganalisis dan mengakaji lebih lanjut mengenai opini publik terhadap kredibilitas calon presiden RI pada Pilpres 2014 dari pandangan mahasiswa.

3. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, hal ini berdasarkan pemilihan Populasi Area (Burhan Bungin 2006: 110), dengan populasi area penulis dapat dengan mudah mengetahui batas-batas area dari unit populasi yaitu penulis memilih area di Wilayah Surabaya Selatan di Kecamatan Wonokromo, Universitas yang berada di wilayah ini terdapat 2 (dua) Universitas terbesar di Surabaya, yaitu Universitas Islam Negeri dan Universitas Bhayangkara Surabaya, selanjutnya berdasarkan pemikiran bahwa populasi yang diambil adalah bisa mewakili umum maka dipilih Universitas Bhayangkara Surabaya. Di Universitas Bhayangkara Surabaya (UBHARA) terdiri dari 4 Fakultas, yaitu Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknik dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (dapat dilihat dalam Tabel 1).

TABEL 1
Data Mahasiswa Aktif Ubhara Surabaya
TA 2013/2014

| FAKULTAS | PRODI | JUMLAH MAHASISWA |
|---------------------|---------------------|------------------|
| HUKUM | | 926 |
| EKONOMI | Akuntansi | 613 |
| | Studi Pembangunan | 62 |
| | Akuntansi | 647 |
| ISIP | Administrasi Negara | 506 |
| | Ilmu Komunikasi | |
| TEKNIK | Teknik Sipil | 161 |
| | Teknik Informatika | 577 |
| | Teknik Elektro | 263 |
| JUMLAH TOTAL | | 3.791 |

Sumber : Biro Administrasi Akademik UBHARA Surabaya Tahun 2014

Adapun pengambilan sampelnya berdasarkan rumus (Burhan Bungin, 2006 : 105) :

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

n = Jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (ditentukan dalam contoh ini sebesar 90% atau $\alpha = 0,1$).

Sehingga dari data mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya tersebut diperoleh sampel:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.791}{3.791(0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{3.791}{37,91 + 1} \\ &= \frac{3.791}{38,91} \\ &= 97,42 \end{aligned}$$

Dengan demikian dari jumlah populasi 3.791 mahasiswa diperoleh ukuran sampel sebesar 97,42, untuk mempermudah perhitungan dilakukan pembulatan keatas menjadi 98 mahasiswa.

Dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik pengambilan sampel probabilitas (*Probability Sampling Design*), artinya penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. (Burhan Bungin, 2006 : 106). Dengan demikian dalam rancangan ini tidak terdapat diskriminasi unit populasi yang satu dengan yang lainnya, yaitu dijelaskan pada Tabel berikut:

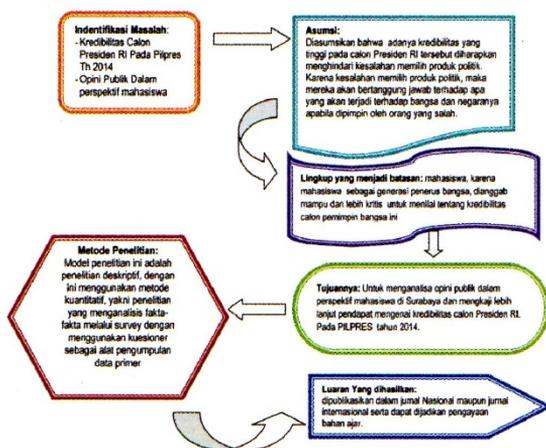
TABEL 2
Pengambilan Sampel (responden)
Mahasiswa Ubhara

| FAKULTAS | PRODI | JUMLAH MAHASISWA (M) | RESPONDEN YG DIAMBIL : $M \times \frac{98}{3.791}$ |
|---------------|---------------------|----------------------|--|
| HUKUM | | 926 | 24,86 = 25 |
| EKONOMI | Akuntansi | 613 | 34,17 = 34 |
| | Studi Pembangunan | 62 | |
| | Akuntansi | 647 | |
| ISIP | Administrasi Negara | 506 | 13,08 = 13 |
| | Ilmu Komunikasi | | |
| TEKNIK | Teknik Sipil | 161 | 25,87 = 26 |
| | Teknik Informatika | 577 | |
| | Teknik Elektro | 263 | |
| JUMLAH | | 3.791 | 98 |

4. Teknik Pengumpulan Data

- Membagikan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan kepada responden.
- Mengumpulkan data primer dari kuesioner yang dibagikan dan membaca secara sepintas semua data yang terkumpul dengan memberi catatan hasil pengamatan.
- Membuat catatan sistematis mengenai indikator-indikator yang muncul pada data.

Menghitung, mengevaluasi dan menganalisis data yang terkumpul, selanjutnya diberikan penjelasan dalam pembahasan penelitian



Gambar 1 Skema Rancangan Penelitian Opini Publik Terhadap Kredibilitas Calon Presiden RI Pada PILPRES 2014 Dalam Perspektif Mahasiswa

6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, Ciri analisis kuantitatif adalah selalu berhubungan dengan angka, baik angka yang diperoleh dari pencacahan maupun penghitungan. Data yang telah diperoleh dari pencacahan selanjutnya diolah dan disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti oleh pengguna data tersebut. Sajian data kuantitatif sebagai hasil analisis kuantitatif dapat berupa angka-angka maupun gambar-gambar grafik.

Dalam hal ini peneliti menggunakan statistik deskriptif, yaitu statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai suatu gejala,

peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Dengan demikian deskriptif hanya akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya. Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu kesan lebih mudah ditangkap maknanya oleh siapapun yang membutuhkan informasi tentang keberadaan gejala tersebut. Fungsi statistik deskriptif antara lain mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan maksudnya oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut. Selain itu statistik deskriptif juga berfungsi menyajikan informasi sedemikian rupa, sehingga data yang dihasilkan dari penelitian dapat dimanfaatkan oleh orang lain yang membutuhkan.

Untuk mengukur data kualitatif deskriptif tersebut, peneliti memakai data ordinal, yaitu data yang menunjuk pada tingkatan atau penjenjangan pada sesuatu keadaan, data ordinal juga memiliki sifat adanya perbedaan di antara obyek yang dijenjangkan. Namun dalam perbedaan tersebut terdapat suatu kedudukan yang dinyatakan sebagai suatu urutan bahwa yang satu lebih besar atau lebih tinggi daripada yang lainnya. Kriteria urutan dari yang paling tinggi ke yang paling rendah dinyatakan dalam bentuk posisi relatif atau kedudukan suatu kelompok. Dalam kaitannya dengan analisis data, terhadap data ordinal seringkali diberikan "skor" sesuai dengan tingkatannya. Dalam hal ini peneliti mengukur kredibilitas calon Presiden RI, sebagai berikut:

TABEL 3
PENILAIAN DAN SKOR KREDIBILITAS

| NO | PENILAIAN | SKOR |
|----|-----------------------------|------|
| 1 | Sangat Kredibel (SK) | 5 |
| 2 | Kredibel (K) | 4 |
| 3 | Kurang Kredibel (KK) | 3 |
| 4 | Tidak Kredibel (TK) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Kredibel (STK) | 1 |

Dan data penelitian dari kuesioner yang diberikan bobot Kredibilitas tersebut diatas, akan di dapat skala batas atas dan batas bawah mengenai kredibilitas calon Presiden menurut pandangan mahasiswa Universitas

Bhayangkara Surabaya dengan menggunakan standar nilai dari Pace dan Faules (2005: 502), yaitu dalam skala 3.80 untuk batas atas dan skala nilai 2.80 untuk batas bawah. Sedangkan rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\bar{X} = \frac{f_1X_1 + f_2X_2 + \dots + f_kX_k}{f_1 + f_2 + \dots + f_k} = \frac{\sum fX}{\sum f} = \frac{\sum fX}{n}$$

(Murray R. Spiegel & Larry J Stephens, 2007 : 49)

Dimana:

- \bar{X} = nilai rata-rata keseluruhan
- f = frekuensi (f) jumlah banyaknya angka yang muncul dalam tiap indikator
- X = jumlah bobot (X) pada tiap indikator dalam setiap pertanyaan
- n = $\sum f$ adalah jumlah sampel (responden).

Dari nilai batas tersebut dalam data statistik, diasumsikan setiap perbedaan nilai sekitar + 0,20 atau - 0,20 dianggap mempunyai faktor penting (Pace dan Faules, 2005: 499).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuantitatif, yakni menganalisis fakta-fakta melalui survey dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer, Dalam hal ini peneliti menggunakan statistik deskriptif, yaitu statistik yang mempunyai tugas mengorganisasi dan menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Dengan demikian dapat diketahui hasil mengenai kredibilitas calon Presiden RI pada Pemilihan Presiden tahun 2014 dalam perspektif mahasiswa di Surabaya.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk survey, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Dalam membuat daftar pertanyaan survey, penulis mengacu pada hal yang berkaitan dengan kredibilitas pemimpin dengan mengukur kredibilitas pemimpin.

Untuk melihat apakah seorang pemimpin

mempunyai kredibilitas dapat dilihat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

1. Mempunyai pikiran yang baik (*good sense*): Seorang pemimpin harus mempunyai kemampuan dalam mengambil keputusan dan mempunyai daya pikir yang baik untuk langkah kedepannya.
Dalam mengukur *good sense* ini yang diperhatikan adalah:
 - Apakah pemimpin bertindak rasional?
 - Apakah pemimpin dapat diandalkan untuk langkah kedepannya?
 - Apakah pemimpin berwawasan yang luas di bidangnya, mempunyai track record yang baik dalam kepemimpinannya?
2. Mempunyai akhlak yang baik (*good moral character*): Seorang pemimpin harus mampu memberikan contoh yang baik dari sikap dan perilaku.
Dalam mengukur *good moral character* ini yang diperhatikan adalah:
 - Apakah pimpinan mempunyai empati?
 - Apakah pimpinan mempunyai simpati?
 - Apakah pemimpin jujur dan dapat dipercaya?
3. Mempunyai maksud yang baik (*good will*), Seorang pemimpin dapat memberikan solusi yang baik dan bermanfaat.
Dalam mengukur *good will* ini yang diperhatikan adalah:
 - Apakah pemimpin dapat menjadi mediator?
 - Apakah pemimpin bebas dari segala kepentingan?
 - Apakah pemimpin dapat memberikan jalan keluar yang baik?

Hasil Survey

Dari hasil survey yang telah dilaksanakan pada tanggal 2 Juni 2014 di Universitas Bhayangkara Surabaya mengenai kredibilitas seorang pemimpin, maka di dapat hasil yang dijabarkan secara ringkas pada tabel berikut:

Tabel 4
Kredibilitas Calon Presiden RI
Pada Pilpres Tahun 2014
Dalam Perspektif Mahasiswa

| Indikator | Nilai Rata-Rata Kredibilitas Bapak Prabowo | Nilai Rata-Rata Kredibilitas Bapak Jokowi |
|--|--|---|
| Indikator Mempunyai Pikiran Yang Baik (<i>good sense</i>): | 3,63 | 3,86 |
| Mempunyai Akhlak Yang Baik (<i>Good Moral Character</i>) | 3,43 | 4,06 |
| Mempunyai Maksud Yang Baik (<i>Good Will</i>): | 3,48 | 3,82 |
| Nilai Rata-Rata Keseluruhan | 3,51 | 3,91 |

Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Dari hasil survey yang dilihat pada table diatas, maka selanjutnya akan dianalisis secara deskripif hasil survey dan diberikan pembahasannya mengenai kredibilitas calon Presiden RI Tahun 2014 sebagai berikut:

1. Mempunyai pikiran yang baik (*good sense*)

Seorang pemimpin harus mempunyai kemampuan dalam mengambil keputusan dan mempunyai daya pikir yang baik untuk langkah kedepannya.

Dari Tabel 4 : Bapak Prabowo memperoleh 3,63 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Prabowo belum bisa dikatakan sangat kredibel untuk menjadi seorang pemimpin yang harus mempunyai kemampuan dalam mengambil keputusan dan mempunyai daya pikir yang baik untuk langkah kedepannya karena kurang dari 3,80 untuk skala batas atas.

Dari Tabel 4 : Bapak Jokowi memperoleh 3,86 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Jokowi bisa dikatakan kredibel untuk seorang pemimpin yang harus mempunyai kemampuan dalam mengambil keputusan dan mempunyai daya pikir yang baik untuk langkah kedepannya karena melebihi skala batas atas 3,80 point

2. Mempunyai akhlak yang baik (*good moral character*):

Seorang pemimpin harus mampu memberikan contoh yang baik dari sikap dan perilaku.

Dari Tabel 4 : Bapak Prabowo memperoleh 3,43 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Prabowo belum bisa dikatakan kredibel untuk menjadi seorang pemimpin yang mampu memberikan contoh yang baik dari sikap dan perilaku.

karena kurang dari 3,80 untuk skala batas atas. Dari Tabel 4 : Bapak Jokowi memperoleh 4,06 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Jokowi bisa dikatakan sangat kredibel untuk untuk menjadi seorang pemimpin yang mampu memberikan contoh yang baik dari sikap dan perilaku karena melebihi skala batas atas 3,80 point

3. Mempunyai maksud yang baik (*good will*),

Seorang pemimpin dapat memberikan solusi yang baik dan bermanfaat .

Dari Tabel 4 : Bapak Prabowo memperoleh 3,48 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Prabowo belum bisa dikatakan kredibel untuk menjadi seorang pemimpin yang dapat memberikan solusi yang baik dan bermanfaat.

karena kurang dari 3,80 untuk skala batas atas. Dari Tabel 4 : Bapak Jokowi memperoleh 3,82 point, bila dilihat dari Pace and Faules yaitu untuk batas atas 3,80 point dan untuk batas bawah 2,80 point, sehingga dapat disimpulkan bahwa bapak Jokowi bisa dikatakan sangat kredibel yang dapat memberikan solusi yang baik dan bermanfaat karena melebihi skala batas atas 3,80 point.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis deskriptif hasil peneliian yang telah dikemukakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Indikator mempunyai pikiran yang baik (*good sense*) didapat nilai untuk Bapak Prabowo 3,63 poin dan Bapak Jokowi 3,86 poin, 2) Indikator mempunyai

akhlak yang baik (*good moral character*) didapat nilai untuk Bapak Prabowo 3,43 poin dan Bapak Jokowi 4,06 poin, 3) Indikator mempunyai maksud yang baik (*good will*) untuk Bapak Prabowo 3,48 poin dan Bapak Jokowi 3,82 poin. Jadi nilai rata-rata keseluruhan untuk Bapak Prabowo 3,51 poin dan Bapak Jokowi 3,91 poin. Dilihat menurut standar nilai dari *Pace & Faules* yaitu untuk batas atas skala 3,80 dan skala 2,80 untuk batas bawah, nilai rata-rata keseluruhan Bapak Jokowi 3,91 poin, yaitu diatas batas atas skala 3,80 sehingga Bapak Jokowi dikatakan sangat kredibel, sedangkan Bapak Prabowo 3,51 poin, yaitu kurang dari nilai batas atas sehingga dikatakan kurang kredibel.

SARAN

Dengan metodologi survei yang tepat dan objektif dengan memberikan kesempatan kepada semua calon atau figur politik untuk menjadi objek kepada responden, sehingga tidak ada batas-batas dengan maksud tertentu dan tidak memihak kepada salah satu calon (survey yang tidak murni atau dipesan oleh parpol). Dengan demikian hasil survey akan lebih akurat. Sebaiknya survey yang tidak murni atau dipesan oleh parpol tidak boleh ditayangkan di media massa karena dapat membingungkan, mengelabui, dan menyenatkan masyarakat atau rakyat. Seharusnya lembaga survey diseleksi kredibilitasnya dan akan ada sanksi hukum bagi yang ketahuan melakukan survey curang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. 2001. *Dasar-dasar Publik Relation*. PT.Citra Aditya: Bandung
- Bungin, Burhan, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama, Cetakan kedua, Penerbit Kencana, Jakarta.
- James M. Kouzes dan Barry Z. Posner, 2011, *Credibility, How Leaders Gain and Lose It, Why People Demand It*, Penerbit : Jossey-Bass, 2nd Edition.
- Helena Ollie, 2011, *Opini Publik*, Edisi kedua' Jakarta, Indeks.
- Hennesy, Bernard. 1990, *Pendapat Umum , Edisi Keempat*. Erlangga: Jakarta.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. PT : Remaja Rosda Karya: Bandung
- Nugroho Riant.d. 2004. *Komunikasi Pemerintahan Sebuah Agenda Bagi Pemimpin Pemerintahan Indonesia*. PT.Alex Media Komputindo Kelompok.Gramedia: Jakarta
- Nurudin, 2011, *Komunikasi Propaganda*, Bandung, Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sunarjo.Djoenaesih.S., 1997, *Opini Publik*, Cetakan Pertama. Penerbit Liberty Offset Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan; Kajian Program Implementasi*. Bandung: Nuansa.
- Spiegel, Murray R. & Larry J. Stephens, *Statistik*, Editor Amalia Safitri, Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2007.
- Pace, R. Wayne & Don Faules, Editor: Deddy Mulyana, MA, PH.D., *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.

Jurnal Ilmiah :

- Ph. M. Regar, 2009, Persepsi Masyarakat Kota Gorontalo, Manado, Ternate dan Kota Sorong Tentang Pemberitaan Pemilu 2009 di Surat Kabar, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik No. 09, halaman 1-21, Penerbit Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi Wilayah VIII Manado

Internet:

- Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia, id.wikipedia.org/wiki/2013, diakses 2 Desember 2013