

PENGARUH SOSIALISASI PEMILU 2019 TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN PEMILIH PEMULA SMAN 1 DEPOK

Pungki Oktavia¹, Drs. AG. Sudiby, M. Si²

¹SekolahTinggi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, InterStudi

Jl. Wijaya II No. 62 Jakarta Selatan 12160

oktavpungki@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, InterStudi

Jl. Wijaya II No. 62 Jakarta Selatan 12160

ag.sudiby@gmail.com

ABSTRAK

Pemilu 2019 menyatukan lima jenis pemilihan sekaligus yakni Pemilihan Presiden, DPR, DPD, DPRD Povinsi, dan DPRD Kabupaten / Kota. Dengan diadakannya Pemilu serentak pertama di Indonesia, membuat KPU harus bekerja keras dalam melakukan sosialisasi tentang Pemilu serentak yang akan diadakan pada tanggal 17 April 2019 kepada masyarakat terutama kepada pemilih pemula yang akan dibantu oleh KPU disetiap daerah. KPU menargetkan 77,5% masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan pemilu 2019. Di Kota Depok sendiri memiliki jumlah pemilih pemula sebesar 24.666, sehingga potensial untuk partisipasi dalam pemilu 2019. Oleh karena itu KPU Kota Depok melakukan kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya pemilih pemula tentang tahapan, mekanisme, sistem, peserta pemilihan umum, dan sebagainya dalam Pemilu 2019. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif. Metode penelitian ini adalah Eksplanatif. Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian ini adalah mencari pengaruh antara Kegiatan Sosialisasi Pemilu 2019 terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula Di SMAN 1 Depok. Konsep yang digunakan adalah Sosialisasi dan Tingkat Pengetahuan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 (Seratus). Hasil penelitian adalah nilai KMO Kampanye: 0,738, Sikap: 0,729 (Valid). Nilai Cronbach's Alpha Kampanye: 0,817, Sikap: 0,749 (Reliabel). Nilai P= 0,661 (Terdapat pengaruh yang kuat) yaitu kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Kota Depok mengenai Pemilu 2019 dapat dimengerti dan diterima oleh pemilih pemula di SMAN 1 Depok dengan baik, sehingga menambah pengetahuan Pemilih Pemula tentang Pemilu 2019. Dari yang tidak tahu menjadi tahu dan dari yang tahu menjadi lebih mengerti. Kata Kunci: Sosialisasi, Proses Komunikasi, Pemilu 2019, Tingkat Pengetahuan

ABSTRACT

The 2019 elections unite five types of elections at once and called The Presidential, DPR, DPD, Povinsi DPRD, and Regency / City DPRD Elections. With the holding of the first simultaneous elections in Indonesia, it caused the KPU must work hard in conducting socialization about the simultaneous elections that will be held on April 17 2019 to the public, especially to novice voters who will be assisted by the KPU in each region. KPU is targeting 77.5% of the public to participate in 2019 election activities. The beginner voters In Depok

City are 24,666 beginner voters, potentially for participating in 2019 elections. Therefore the Depok City KPU conducts socialization activities aimed at providing knowledge to the public, especially beginner voters about the stages, mechanisms, systems, general election participants, and any other things in the 2019 elections. This type of research is quantitative, this method of research is explanative. Based on the background, this research is looking for the influence between the socialization activities KPU Depok City held to the beginner's knowledge level in SMAN 1 Depok about the election 2019. The concept used is socialization and knowledge level. Respondents in this study as much as 100 (one hundred). The results of the study are the KMO campaign value: 0.738, Attitude: 0.729 (Valid). Cronbach's Alpha campaign value: 0.817, Attitude: 0.749 (Reliable). Value $P = 0.661$ (There is a strong influence between socialization activities about the election of 2019 to the beginner's knowledge level) the socialization activities carried out by KPU Kota Depok regarding the 2019 elections can be understood and accepted by novice voters in SMAN 1 Depok, thus increasing the knowledge of Beginner Voters about the 2019 Election. From those who do not know to know and those who know become more understanding.

Keywords: Socialization, Communication Process, 2019 Election, Knowledge Level

PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum atau yang biasa disebut KPU merupakan salah satu Lembaga Negara yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan segala Pemilihan Umum yang di Indonesia. Pilpres 2019 menjadi bagian dari Pemilihan Umum (Pemilu) serentak pertama di Indonesia dalam sejarah. Pada Pemilu tahun 2019 KPU menyelenggarakan pemilihan dengan menyatukan lima jenis pemilihan sekaligus yakni Pemilihan Presiden, DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Dengan diadakannya Pemilihan Umum serentak pertama di Indonesia, membuat KPU harus bekerja keras dalam melakukan sosialisasi mengenai Pemilihan Umum serentak yang akan dilaksanakan pada tanggal 17 April 2019 kepada masyarakat terutama kepada pemilih pemula yang akan dibantu oleh KPU disetiap daerah.

Saat ini pendidikan politik menjadi suatu isu yang penting untuk dibahas, serta harus dimulai dengan generasi muda untuk menumbuhkan dan mengembangkan kesadaran politik. Pekerjaan yang berat dalam perkembangan demokrasi di Indonesia, yaitu memantapkan pemahaman terhadap orientasi publik secara fundamental dan komperhensif.(Rohim & Wardana, 2019)

Keenerasi muda dalam suatu masyarakat, mereka harus bisa menguasai nilai – nilai, ilmu pengetahuan, dan sikap – sikap yang telah diharapkan oleh para anggota dan sistem yang ada merupakan salah satu kondisi fundamental untuk mempertahankan suatu sistem politik. Pendidikan politik yang diberikan oleh sekolah, keluarga, media sosial, dan media massa dapt memberikan pemahaman yang berbeda untuk setiap individu.(Muhammad Sirozi, 2005)

KPU (Komisi Pemilihan Umum) merupakan Lembaga Negara yang bertugas dan berwenang dalam mempersiapkan pelaksanaan pemilihan umum, memberikan ketetapan pada partai politik yang memenuhi syarat untuk menjadi peserta pemilihan umum, serta tahapan kegiatan lainnya dalam rangka pemilihan umum. Dimana tahapan – tahapan dalam pelaksanaan pemilu harus di sosialisasikan kepada masyarakat.

Tingkat kesadaran berpartisipasi politik saat ini sudah terlihat, namun masih menimbulkan kebingungan dan belum diikuti dengan pengetahuan sistem terbaru yang digunakan untuk Pemilihan Umum pada 17 April 2019. Seperti jenis dan jumlah surat suara yang harus dicoblos oleh pemilih, di dalam surat suara tersebut terdapat pilihan apa saja dan jumlah partai apa saja yang akan diikuti sertakan di dalam pemilu 2019. Hal seperti inilah yang harus disosialisasikan secara efektif menjelang pemilu, terutama kepada pemilih pemula agar tidak menimbulkan kebingungan dan pemilih pemula mendapatkan pengetahuan akan pemilu 2019.

Pada pemilu serentak tahun 2019 KPU melakukan kegiatan sosialisasi kepada pemilih pemula yang dianggap berpengaruh cukup besar dalam pemilihan. Oleh karena itu KPU melakukan sosialisasi ke beberapa sekolah untuk mencakup target pemilih pemula agar mereka mendapatkan pengetahuan tentang pemilu serentak tahun 2019.

KPU menargetkan 77,5% masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan pemilu 2019. Di Kota Depok sendiri memiliki jumlah pemilih pemula sebesar 24.666, sehingga potensial untuk partisipasi dalam pemilu 2019, untuk mencapai target yang sudah ditetapkan, KPU perlu memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat agar dapat mencapai target yang sudah ditetapkan.

Kurangnya pengetahuan yang dimiliki pemilih permula terhadap pemilu, dibutuhkan sosialisasi agar para pemilih pemula dapat memahami pemilu 2019. Mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang tahapan pemilu yang diadakan, partai apa saja yang menjadi peserta pemilihan umum, tata cara pencoblosan yang benar, hingga mekanisme dan sistem yang digunakan pada pemilu 2019.

Sebagai Lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, menjelang pemilu KPU secara rutin memberikan informasi serta pemahaman kepada masyarakat mengenai pemilu yang akan diselenggarakan. Hal tersebut menjelaskan bahwa sosialisasi merupakan salah satu sarana komunikasi yang penting untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan publiknya.

Public Relations memiliki peran sebagai fasilitator komunikasi dalam suatu kegiatan sosialisasi.

Public Relations memiliki peran sebagai perantara atau mediator yang bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan kepada publik agar maksud dan tujuan dari pesan tersebut dapat tercapai dan dapat diterima oleh calon pemilih.

Sosialisasi merupakan proses seseorang belajar tentang berbagai nilai, norma, dan menjadi tahu tentang apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan saat pemilu, selain itu juga dapat memberikan wawasan atau *knowledge* kepada calon pemilih.

Semakin banyak informasi yang didapat melalui sosialisasi akan mempengaruhi atau menambah pengetahuan pemilih pemula tentang pemilu 2019 dan dengan pengetahuan yang didapat masyarakat akan menimbulkan kesadaran dan berperilaku sesuai dengan informasi yang diterima serta pengetahuan yang dimiliki. Sosialisasi merupakan suatu kegiatan yang menghasilkan informasi dan dapat diperoleh serta diterima oleh masyarakat sehingga sebagai suatu pengetahuan bagi orang tersebut.

Pengetahuan adalah informasi yang didapatkan masyarakat dan telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman dan didapat melalui panca indera manusia. Masyarakat sudah mendapatkan pengetahuan tentang pemilu 2019 yang akan berpengaruh pada tindakan masyarakat selanjutnya.

Dengan adanya sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Depok, bertujuan untuk memberikan pengetahuan

kepada masyarakat khususnya pemilih pemula tentang tahapan, mekanisme, sistem, peserta pemilihan umum, dan sebagainya dalam pemilu 2019. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan tingkat pengetahuan adalah tinggi rendahnya pengetahuan pemilih pemula di SMAN 1 Depok mengenai sosialisasi Pemilu 2019 yang dilakukan oleh KPU Kota Depok.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan Apakah terdapat Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula Di SMAN 1 Depok Tentang Pemilu 2019?

TINJAUAN PUSTAKA

Public Relations

Definisi *Public Relations*

Public Relations adalah fungsi manajemen yang berfungsi untuk meningkatkan pembinaan antar organisasi dengan publiknya untuk memenuhi kepentingan bersama.

Humas sendiri merupakan salah satu wadah penjemabatan antara pihak internal dengan eksternal suatu organisasi ataupun perusahaan. Humas memiliki tujuan yaitu memberikan pengertian, informasi dengan niat yang baik sehingga publik memiliki pandangan yang akurat tentang suatu perusahaan atau organisasi. Dengan adanya humas ini jugalah citra sebuah perusahaan dapat terbentuk karena humas merupakan bagian yang paling dekat dengan pihak eksternal perusahaan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam menjalankan aktifitasnya, seorang *Public Relations*

menggunakan komunikasi dua arah (*two way communications*).

Tugas Public Relations

Menurut Cutlip dan Center yang dikutip Oemi Abdurrachman dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* proses komunikasi dikatakan efektif saat melalui empat tahap, yaitu: *Fact Finding, Planning, Communicating, Evaluation*. (Abdurrahman, 2001)

Fungsi Public Relations

Menurut Firsan Nova fungsi utama *Public Relations* adalah menimbulkan dan menjaga hubungan baik antara lembaga (organisasi) dengan publiknya baik internal maupun eksternal, dengan tujuan menanamkan pengertian, menimbulkan motivasi dan partisipasi publik dalam menciptakan opini publik (iklim pendapat) yang dapat menguntungkan lembaga organisasi. (Nova, 2009)

Tujuan Public Relations

Tujuan adalah sesuatu hal yang menepatkan kegiatan *Public Relations*, sehingga tidak salah sasaran atau melenceng melainkan tepat. Tujuan *Public Relations* antara lain: menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, dan membangun opini yang *favorable* serta membentuk *goodwill* dan kerjasama. (Melinda, 2010)

Peran Public Relations

Menurut Cutlip, Center dan Broom (Rafli, 2009) humas mempunyai peran, yaitu: Sebagai *Communicator*, dimana seorang humas bisa menjadi

pembicara sekaligus pendengar yang baik bagi kegininan organisasi / lembaga dan publiknya, sebagai *Image Maker*, hal ini adalah tujuan terakhir dari aktivitas program kerja humas dalam melakukan publikasi serta promosi, sebagai *Back-up Management*, dimana seorang humas wajib menjaga nama baik perusahaan / organisasi, sebagai *Conceptor*, melakukan pembuatan sebuah konsep atau ide untuk segala kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan guna menciptakan dan menjaga citra perusahaan, Sebagai *Mediator*, menjadi perantara perusahaan agar tetap dapat menjalin hubungan yang baik antara publik internal maupun publik eksternal, sebagai *Creator*, memberikan segala sesuatu hal baru dan menuju kepada perubahan yang baik untuk segi materi promosi atau materi publikasi, sebagai *Problem Solver*, dalam mengatasi masalah seorang humas harus bisa melakukan antisipasi dengan menggunakan tahapan kerja humas, baik berhubungan dengan publik internal ataupun dengan publik eksternal.

Sosialisasi

Definisi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan dengan aktif oleh dua pihak. Pihak pertama merupakan pihak yang melaksanakan sosialisasi dengan menyampaikan pesan atau informasi dan pihak kedua merupakan pihak yang menerima sosialisasi yang berisi pesan atau informasi yang diberikan.

Menurut David A. Goslin (Abdullah & Nasionalita, 2018), “Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat.”

Dari pernyataan David A. Goslin dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu proses yang dilalui seseorang dimulai dari memberikan informasi, menerima informasi, memahami hingga mempraktekkan informasi yang didapat, hal tersebut dilakukan untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan agar dapat berinteraksi dan beradaptasi dengan baik pada kelompok masyarakat yang ada.

Bentuk Sosialisasi

Sosialisasi dapat dibagi menjadi dua bentuk. Light, Keller, dan Calhoun mengemukakan bahwa seseorang yang telah mendapatkan sosialisasi sejak dini dapat disebut sosialisasi primer (*Priner Socialization*) dimana tahap tersebut merupakan tahap awal kehidupan bagi seseorang menjadi manusia. Berger dan Luckman memberikan penjelasan bahwa sosialisasi primer adalah sosialisasi pertama yang dilakukan individu sejak semasa kecil dalam mempelajari menjadi anggota masyarakat tersebut dipelajari saat ia dalam keluarga, dimana sosialisasi primer dapat mempengaruhi seorang anak dalam membedakan dirinya dengan orang lain yang berada di sekitarnya. Selanjutnya, ia akan mendapatkan sosialisasi sekunder

dimana proses tersebut memperkenalkan individu kepada lingkungan di luar keluarga, seperti lingkungan bermain, sekolah, dan lingkungan kerja. (Rafli, 2009)

Tipe Sosialisasi

Terdapat dua tipe sosialisasi, pertama, sosialisasi formal yang terjadi melalui lembaga – lembaga yang berwenang dan memiliki ketentuan yang diatur oleh negara, seperti pendidikan militer atau pendidikan sekolah. Kedua, tipe sosialisasi informal berada di masyarakat atau berada dalam pergaulan seseorang yang bersifat kekeluargaan, seperti dengan sahabat, teman, dan kelompok – kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat. (Rafli, 2009)

Pola Sosialisasi

Sosialisasi dapat dibagi menjadi dua pola, yaitu sosialisasi represif dan sosialisasi partisipatoris. Sosialisasi represif (*repressive socialization*) adalah penekanan yang digunakan dalam hukuman dan imbalan. Penekanan pada kepatuhan anak dan orang tua. Sosialisasi partisipatoris (*Participatory Socialization*) suatu pola dimana ketika seorang anak diberi imbalan karena telah berperilaku dengan baik. Selain itu, imbalan dan hukuman bersifat simbolik. (Rafli, 2009)

Proses Komunikasi

Pengertian komunikasi menurut Bernard Barelson dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2012) dalam buku Ilmu

Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan komunikasi sebagai berikut: “Komunikasi: transmisi informasi, keterampilan, gagasan, emosi, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan kata – kata atau simbol – simbol, gambar, grafik, *figure*, dan sebagainya. Tindakan atau proses yang seperti itu sering disebut komunikasi.

Salah satu peran humas adalah sebagai fasilitator komunikasi. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari suatu kegiatan komunikasi. Komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan hubungan, karena itu dalam praktek kehumasan tujuan komunikasi lebih banyak ditekankan pada usaha penyampaian informasi, mendidik, memengaruhi dan menghibur orang lain. (Cangara, 1996)

Dalam hal tersebut, Harold Laswell mengatakan bahwa “cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” (Mulyana, 2012)

Komunikasi yang diberisikan informasi adalah suatu kebutuhan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berinteraksi satu sama lain. Pentingnya komunikasi bagi manusia untuk menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan kebutuhan sehingga membentuk suatu opini yang dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang. Tidak ada manusia yang tidak dapat terlibat dalam kegiatan komunikasi, dimanapun komunikasi dapat dilakukan baik secara individual, kelompok, maupun masyarakat.

Pada proses komunikasi terdapat tiga unsur yang harus terpenuhi, yaitu komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pernyataan atau pesan kepada komunikan. Pesan merupakan lambang yang membawakan pikiran atau perasaan komunikator. (Uchjana, 1993). Pesan memiliki tiga komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan pesan organisasi. (Mulyana, 2012) *Channel* merupakan saluran yang dilalui oleh pernyataan atau pesan dari komunikator kepada komunikan atau saluran yang dilalui *feedback* komunikan kepada komunikator. (Umam, 2012)

Sosialisasi Dalam Berkomunikasi

Di dalam pengertian sosialisasi sendiri merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan secara aktif oleh dua pihak atau bisa disebut peran interaksi sosial. Terdapat dua syarat agar terjadi interaksi sosial, yaitu : Adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Komunikasi dalam sosialisasi adalah suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak yang lain.

Pengertian komunikasi sendiri dalam proses komunikasi adalah transmisi informasi. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi. Komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan hubungan dan tujuan komunikasi lebih banyak ditekankan pada usaha penyampaian informasi.

Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo 2007, pengetahuan adalah ketika seseorang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu dan menghasilkan pengetahuan baru atau tahu pada obyek tersebut. Penginderaan bisa terjadi karena penginderaan manusia, yakni indera pengelihatan, indera penciuman, indera pendengaran, rasa, dan raba. Sebagian bedar pengetahuan manusia dihasilkan ataudidapat melalui indera penglihatan dan pendegaran atau dari mata dan telinga. Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh, diketahui dan disadari oleh seseorang. (Soekidjo, 2007)

Definisi pengetahuan Notoatmodjo menjelaskan bahwa pengetahuan tersebut diperoleh seseorang setelah orang tersebut melihat, mendengar, merasakan sesuatu, dan hal tersebut dilakukan secara sadar dan diketahui.

Definisi lain diungkapkan oleh Alex Sobur dalam buku Ensiklopedia Komunikasi halaman 734, sosialisasi merupakan proses dimana masyarakat mendidik individu – individu mulai dari bagaimana cara berperilaku, ;a;u aturan apa saja yang harus dipatuhi, perenan apa yang harus dijalani, hingga nilai yang harus mereka yakini. (Alex, 2014)

Karena manusia dalah makhluk sosial, dan melalui proses sosial manusia mendapatkan beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi hal 36 mengklasifikasikan karakteristik tersebut menjadi tiga komponen, yaitu: Afektif adalah aspek emosional yang berhubungan dengan

sikap terhadap sesuatu, (*Preference, liking*). Kognitif adalah aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia, (*Knowledge, Awareness, Unawarenes*). Konatif adalah aspek volisional yang berhubungan dengan kebiasaan atau keinginan, (*Purchase, Convivition*). Pada penelitian ini hanya dibatasi samapai sikap kognitif saja, yaitu tingkat pengetahuan.

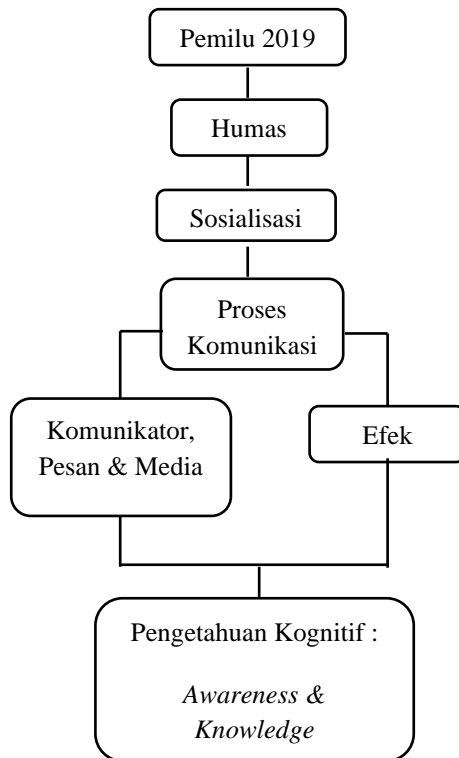
Kerangka Pemikiran

Kegiatan sosialisasi tentang Pemilu 2019 yang diadakan oleh KPU Kota Depok kepada pemilih pemula karenakurangnya pengetahuan pemilih pemula tentang Pemilu 2019, banyak pemilih pemula yang kebingungan akan hal tersebut ditambah lagi Pemilu 2019 menyatukan pemilihan umum serentak yang baru pertama kali diadakan di Indonesia.

Dan dari uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengetahuan pemilih pemula tentang Pemilu 2019. Peneliti menggunakan teori humas karena sosialisasi yang diselenggarakan oleh KPU Kota Depok ini dilakukan oleh divisi komunikasi public, selain itu juga karena sosialisasi ini merupakan bagian dari humas.

Kemudian diturunkan kepada proses komunikasi dimana didalam prosesnya terdapat komunikasi tersebut diturunkan lagi menjadi indicator- indikator yang menentukan efek pengetahuan para pelajar terhadap Hoax.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



(Sumber: OlahanPenulis)

Hipotesis Teoritis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas antar variabel ataupun untuk menguji kebenaran tersebut. Hipotesis juga dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap jawaban rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris. (Sugiyono, 2009)

Ada dua macam hipotesis yang pertama hipotesis penelitian (*Research Hypothesis*). Hipotesis penelitian adalah hipotesis yang mengandung pernyataan tentang hubungan atau pengaruh, baik secara positif maupun negatif diantara dua variabel atau lebih yang sesuai dengan teori.

Berikut adalah penelitian yang dilakukan:

Hipotesis Nol (H_0): Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Pemilu 2019 tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula.

Hipotesis Alternatif (H_a): Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Epmilu 2019 hipotesa yang peneliti ambil dari berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula.

METODOLOGI

Pendekatan Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka – angka dan melakukan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2001)

Dengan menggunakan penelitian kuantitatif, maka peneliti telah meneliti seberapa besar pengaruh kegiatan sosialisasi KPU Kota Depok terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula di SMAN 1 Depok.

Metode Survei

Penelitian ini bersifat eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan posisi variabel – variabel yang akan diteliti serta hubungan

antara variabel satu dengan yang lainnya. (Sugiyono, 2001)

Dimana [enelitian ini dilakukan untuk pengujian hipotesis yang menyatakan hubungan sebab akibat dari dua variabel atau lebih. Di dalam penelitian ini, hubungan sebab akibat harus terlihat nyata. Hubungan sebab akibat ini sering juga disebut dengan hubungan kausal. (Sukandarrumidi, 2004)

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Dimana penelitian ini menggunakan angket sebagai alat penelitian yang akan dilakukan pada populasi besar ataupun kecil. (Sugiyono, 2013)

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk melihat berbagai aspek dari populasi mengenai pengaruh kegiatan sosialisasi KPU Kota Depok terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula di SMAN 1 Depok.

Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, yang dimaksud dengan populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2013)

Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah pemilih pemula di SMAN 1 Depok yang mengikuti kegiatan sosialisasi sebanyak 304 pemilih pemula.

Sampel

Dapat dijelaskan secara sederhana sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain sampel merupakan hanya sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi yang ada dengan menggunakan cara - cara tertentu. (Nawawi, 2003). Sampel menurut Rakhmat merupakan bagian dari populasi yang akan menjadi objek dalam penelitian. (Rakhmat, 2005)

Alasan digunakannya sampel karena sering sekali populasi pada penelitian yang cukup besar sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya dengan waktu, tenaga, dan biaya yang ada.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan melalui kriteria responden yang memenuhi syarat, yaitu : Mengikuti kegiatan sosialisasi hingga selesai, Usia 17 - 18 Tahun, dan Pemilih Pemula.

Maka jumlah sampelnya dapat ditentukan yang sesuai dengan kriteria tersebut adalah sebanyak 100 responden.

Teknik Sampling

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* peneliti memilih memfokuskan teknik sampling dengan menggunakan *Purposive Sampling* adalah teknik yang menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti akan memilih orang sebagai sampel dengan cara memilih orang yang benar – benar mengetahui, memiliki potensi

atau memenuhi syarat dengan pada topik penelitian. (Martono, 2011)

Alasan peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengambil responden sebagai sampelnya dan menggunakan teknik *Purposive Sampling* bertujuan untuk mengetahui bahwa responden benar – benar kriteria dalam pemilih pemula di SMAN 1 Depok pada Pemilu 2019.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber data pertama atau tangan pertama yang ada di lapangan. Sumber data ini adalah hasil dari pengisian kuesioner, observasi dan wawancara yang berasal dari responden atau subjek riset. (Kriyantono, 2010)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang akan diberikan kepada pemilih peserta kegiatan sosialisasi KPU Kota Depok tentang Pemilu 2019 di SMAN 1 Depok yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian dengan bentuk pertanyaan tertutup yang disajikan dengan format jawaban skala *likert*.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan melalui buku, dokumen, jurnal, artikel, tulisan yang relevan,

dan internet. Dengan kata lain data tersebut tidak diberikan secara langsung dari sumber ke pengumpul data. (Sugiyono, 2004)

Peneliti juga mengumpulkan data – data sekunder mengenai objek penelitian melalui wawancara dengan pihak KPU Kota Depok.

Operasional Variabel

Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu Sosialisasi sebagai variabel (X) atau Independen dan Tingkat Pengetahuan sebagai variabel (Y) atau Dependen.

Variabel Sosialisasi menggunakan dimensi dari Proses Komunikasi, yaitu: Komunikator, Pesan, dan Media.

Dalam dimensi komunikator terdapat empat indikator atau pernyataan, yaitu : KPU Kota Depok mempunyai pengetahuan yang baik tentang Pemilu 2019. KPU Kota Depok berpengalaman dalam melakukan kegiatan sosialisasi tentang Pemilu.KPU Kota Depok memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan peserta sosialisasi Pemilu 2019.KPU Kota Depok dapat dipercaya dalam menyampaikan sosialisasi Pemilu 2019.

Dimensi Pesan terdapat empat indikator atau pernyataan, yaitu : Informasi Pemilu 2019 yang disampaikan KPU Kota Depok mudah diingat.Informasi Pemilu 2019 yang disampaikan KPU Kota Depok mudah dimengerti.Informasi Pemilu 2019 yang diberikan KPU Kota Depok lengkap.Informasi Pemilu 2019 yang

diberikan KPU Kota Depok menjawab keingintahuan peserta sosialisasi.

Sementara dimensi Media hanya terdapat tiga indikator atau pernyataan, yaitu : Media power point yang digunakan saat melakukan presentasi sosialisasi menarik. Media kertas suara yang digunakan sebagai contoh saat melakukan tata cara mencoblos mudah dimengerti. Media bilik suara hingga kertas suara yang digunakan saat simulasi pencoblosan menyenangkan.

Variabel Tingkat Pengetahuan menggunakan dimensi Kognitif saja.

Dalam dimensi kognitif terdapat lima indikator atau pernyataan, yaitu : Mengetahui tujuan sosialisasi KPU Kota Depok. Mengetahui tentang Pemilu 2019. Mengetahui tahapan – tahapan yang dilaksanakan pada Pemilu 2019. Mengetahui tata cara mencoblos yang benar. Mengetahui jenis surat suara yang akan digunakan saat Pemilu 2019.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan hipotesis yang mengandung pernyataan tentang hubungan atau pengaruh, baik secara positif maupun negatif diantara dua variabel atau lebih yang sesuai dengan teori. (Noor, 2011)

$H_0 = 0$ tidak terdapat pengaruh kegiatan sosialisasi (X) terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula (Y)

$H_a \neq 0$ terdapat pengaruh kegiatan sosialisasi (X) terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula (Y).

Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan pernyataan statistik tentang populasi yang diteliti. Pada hipotesis statistik keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan dengan tegas sebagai berikut: menerima H_0 berarti menolak H_a begitu juga sebaliknya, apabila menerima H_a berarti menolak H_0 .

Hipotesis statistik tersebut dirumuskan untuk menjelaskan gambaran dan parameter dari populasi. (Riduwan, 2004)

Adapun hipotesis statistiknya adalah:

$H_0: P = 0$, yang artinya tidak ada pengaruh kegiatan sosialisasi (X) terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula (Y)

$H_a: P \neq 0$, yang artinya terdapat pengaruh kegiatan sosialisasi (X) terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula (Y)

Teknik Pengolahan Data

Menurut Patton, 1980 (Moeleong, 2002) menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar. Teknik analisis data kuantitatif penelitian ini menggunakan uji statistik dengan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*). Data yang berhasil dikumpulkan, kemudian akan diolah dengan metode statistik, deskriptif dan uji regresi.

Teknik Analisis Data

Univariat

Analisis univariat merupakan analisis pada suatu variabel. Jenis

analisis tersebut dilakukan untuk riset deskriptif dan menggunakan statistik deskriptif. Analisis pada penelitian ini dilakukan dengan menampilkan tabel – tabel frekuensi. (Kriyantono, 2010).

Mean adalah nilai rata-rata dari jumlah keseluruhan bilangan yang berasal dari jumlah keseluruhan nilai bilangan yang dibagi dengan berapa banyak unit dari keseluruhan bilangan tersebut. Perhitungan rata – rata menggunakan rumus sebagai berikut. (Kriyantono, 2010)

$$\text{Mean (X)} = \frac{\sum X_i \cdot f_i}{N}$$

Keterangan:

X_i = Nilai Pengukuran ke - i

f_i = Frekuensi kelas ke - i

N = Banyaknya pengamatan

Untuk mengetahui dimanakah jumlah tersebut berada dalam klasifikasi sangat positif – sangat negatif, maka dibuat beberapa interval kategori pendapat. Rumus yang digunakan untuk membuat interval kelas ini mengacu kepada interval dalam skala likert dari 1 – 5.

Hasil dari nilai rata-rata (*mean*) yang didapatkan dari tiap indikator kemudian dibandingkan dengan rentang skala. Dari perbandingan tersebut terlihat apakah nilai variabel tersebut dalam posisi Sangat Negatif, Negatif, Netral, Positif, dan Sangat Positif.

Bivariat

Pada penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier untuk melakukan uji bivariat, yaitu regresi

yang berguna untuk mencari pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y), untuk teknik perhitungannya peneliti menggunakan regresi linier, yaitu pengaruh dua variabel. Variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). (Hartono, 2004)

Pada penelitian ini teknik penghitungannya menggunakan *coefficient correlations pearson*, yaitu teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis atau keterkaitan pengaruh kegiatan sosialisasi pemilu terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula.

Selanjutnya, peneliti juga memakai regresi linier untuk melakukan uji bivariat, yaitu regresi yang berguna untuk mencari pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel (Y).

Untuk teknik penghitungannya peneliti menggunakan regresi linier, yaitu pengaruh antara dua variabel, variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). (Hartono, 2004)

Rumus analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan), dalam hal ini Y adalah sikap.

A = Nilai konstanta (nilai Y apabila $X = 0$)

B = Nilai koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel independen, dalam hal ini X -nya adalah kegiatan kampanye public relations.

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang kuat pada kegiatan sosialisasi tentang Pemilu 2019 yang dilakukan KPU Kota Depok.

Peneliti menggunakan teknik analisa regresi linier sederhana dengan tujuan ingin mencari keterkaitan pada variabel kegiatan sosialisasi pemilu 2019 terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula.

Teknik Konfirmasi Data

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini menggunakan metode *Keiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling* (KMO and Bartlett's test), yaitu uji statistik statistik yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan analisis faktorterhadap variabel – variabel yang diukur. Hasil nilai KMO yang yang tinggi yaitu antara 0.5 – 1.0 yang mengidentifikasi bahwa suatu variabel layak untuk melakukan uji validitas. Sedangkan nilai rendah yaitu dibawah 0.5 mengidentifikasikan sebaliknya.

Sementara itu, untuk menentukan indikator apa saja dalam variabel yang masuk ke dalam analisis faktor, maka digunakan tehnik *Correlation Matrix Anti Image*, dengan standar nilai 0,5. Jika nilai dari suatu indikator kurang dari 0,5 maka indikator tersebut tidak layak masuk dalam analisis factor. (Ghozali, 2005:45)

Dengan keputusan untuk validitas: Jika t hitung $>$ 0,5 maka data dinyatakan valid.

Jika t hitung $<$ 0,5 maka data dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat disebut juga dengan keandalan, yang merupakan sebuah ukuran antara kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk – konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam sebuah kuesioner. (Nugroho, 2005)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.738
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	116.745
	df	55
	Sig.	.000

tanggapannya berupa pilihan. (Kountur, 2005)

Hasil Uji Instrumen Validitas

Tabel 1
Variabel Sosialisasi

(Sumber: SPSS 2019)

berdasarkan hasil di atas terlihat bahwa nilai *KMO* yang ditunjukkan dari variabel sosialisasi adalah 0.738 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa validitas yang memenuhi syarat ($KMO >$ 0,5 dan signifikansi $<$ 0,5).

Hasil Uji Instrumen Validitas

Tabel 2
Variabel Tingkat Pengetahuan

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.729
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18.796
	df	10
	Sig.	.043

Sumber: SPSS 2019)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *KMO* yang ditunjukkan pada variabel Tingkat Pengetahuan adalah 0,729 dengan tingkat signifikansi 0,043. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat ($KMO > 0,5$ dan signifikansi $< 0,5$).

Hasil Uji Instrumen Reliabilitas

Tabel 3
Variabel Sosialisasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	11

(Sumber: SPSS 2019)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Sosialisasi adalah 0,817. Angka tersebut $> 0,6$ yang berarti variabel tersebut reliabel.

Hasil Uji Instrumen Reliabilitas

Tabel 4
Variabel Tingkat Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

(Sumber: SPSS 2019)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Tingkat Pengetahuan adalah 0,749. Angka tersebut $> 0,6$ yang berarti variabel tersebut reliabel.

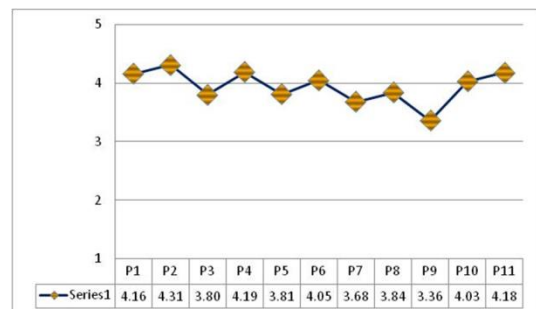
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Univariat

Sosialisasi

Analisis Univariat di dalam penelitian ini menggunakan analisis nilai rata-rata/*mean*. Berikut merupakan analisa nilai rata – rata indikator yang dianalisis melalui nilai *mean*.

Gambar 2
Grafik Kontinum Sosialisasi
KPU Kota Depok



(Sumber: SPSS 2019)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai keseluruhan rata – rata / *mean* jawaban responden pada variabel X (Sosialisasi KPU Kota Depok) adalah berkisar antara 3,36 s/d 4,31.

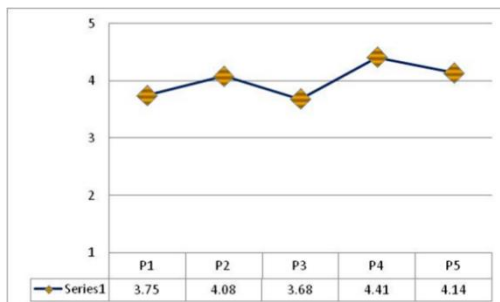
Nilai tertinggi dengan skor 4,31 berada pada indikator 2, yakni KPU Kota Depok berpengalaman dalam melakukan kegiatan sosialisasi tentang Pemilu. Kemudian, nilai terendah dengan skor 3,36 berada pada indikator 9, yakni Media power point

yang digunakan saat melakukan presentasi sosialisasi menarik.

Bila dilihat dari tabel diatas, maka nilai tersebut masih masuk dalam rentang 3 - 4 (positif), sehingga dapat diambil sebuah generalisasi bahwa responden mempunyai tanggapan yang positif mengenai variabel sosialisasi. Dengan kata lain, Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Pemilu 2019 telah berjalan dengan baik.

Tingkat Pengetahuan

Gambar 3
Grafik Kontinum Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok



(Sumber: SPSS 2019)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai keseluruhan rata – rata / *mean* jawaban responden pada variabel Y (Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok) adalah antara 3,68 s/d 4,41.

Nilai tertinggi dengan skor 4,41 berada pada indikator 4, yakni Mengetahui tata cara mencoblos yang benar. Kemudian, nilai terendah dengan skor 3,68 berada pada indikator 3, yakni Mengetahui tahapan

– tahapan yang dilaksanakan pada Pemilu 2019.

Bila dilihat pada tabel di atas, maka nilai tersebut masih masuk dalam rentang antara 3 – 4 (positif), sehingga melalui uji *mean* di atas dapat diambil sebuah generalisasi bahwa nilai Tingkat Pengetahuan dalam garifik positif. Dengan kata lain, Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok memiliki Tingkat Pengetahuan yang baik tentang Pemilu 2019 setelah diberikan sosialisasi oleh KPU Kota Depok.

Analisis Bivariat

Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan regresi linier untuk melakukan uji bivariat, regresi dapat digunakan untuk mengetahui variabel independent apa saja yang berhubungan dengan variabel dependen, selain itu dapat diketahui seberapa besar hubungan masing – masing variabel independent terhadap variabel dependen, setelah menghitung variabel independent lainnya.

Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Pemilu 2019 di SMAN 1 Depok

Tabel 4
Nilai Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.392	1.467		5.037	.000
	Sosialisasi	.292	.033	.661	8.713	.000

a. Dependent Variable: Tingkat pengetahuan

(Sumber: SPSS 2019)

Dari tabel di atas, terlihat bahwa: Nilai $T_{hit} = 8,713$. Sementara itu, dari tabel nilai statistic T dengan

signifikansi: 0,1 dan *degree of freedom* (derajat kebebasan) 75 (n-k atau 77-2: 75), maka dapat memperoleh nilai T_{tabel} : 1,66055.

Adapun untuk kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut: Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

Adapun hasil yang didapat:

8,713 > 1,66055 atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ Karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka dapat diartikan bahwa terdapat Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok pada Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok Tentang Pemilu 2019.

Persamaan regresi yang terbentuk antara dua variabel tersebut adalah $Y = a + b X$. Jika diaplikasikan dengan hasil tabel di atas maka Persamaan regresinya adalah $Y = 7,392 + 0,292 X$.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Pemilu 2019 dengan Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok.

Tabel 5
Nilai Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.436	.431	1.98556

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi

(Sumber: SPSS 2019)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara Variabel sosialisasi dan variabel tingkat

pengetahuan sebesar 0,661. Bila dapat dilihat pada interval koefisien di atas, maka bisa diartikan nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,436 yang berarti sebesar 43,6% Variabel sosialisasi mampu menjelaskan keragaman (variance) dari variabel tingkat pengetahuan pemilih pemula. Sementara sisanya 56,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor lain bisa saja berasal media sosial, televisi, teman dan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan di SMAN 1 Depok didapatkan hasil bahwa responden mempunyai tanggapan yang positif mengenai pernyataan – pernyataan pada variabel Sosialisasi, yang berarti bahwa Pengaruh Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula di SMAN 1 Depok Tentang Pemilu 2019 telah berjalan dengan baik. Berikut penjabarannya.

. Hasil penyebaran kuesioner kepada responden dengan hasil mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, sebanyak 61 responden atau 61% dan responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 39 atau 39%.

Dalam variabel sosialisasi hasil rata – rata / *mean* tertinggi terdapat pada nilai *mean* 4,31, yakni KPU Kota Depok berpengalaman dalam melakukan kegiatan sosialisasi tentang Pemilu, sehingga peserta sosialisasi

percaya pada KPU Kota Depok dengan informasi yang disampaikan. Artinya angka tersebut merupakan angka yang diharapkan dalam penelitian ini.

Hal ini menunjukkan ternyata responden meyakini bahwa KPU Kota Depok berpengalaman dalam melakukan kegiatan sosialisasi tentang Pemilu, karena KPU Kota Depok sebelumnya selalu memberikan sosialisasi tentang Pemilu setiap masa Pemilu datang.

Hasil yang didapat dari variabel sosialisasi juga menunjukkan pernyataan *mean* terendah yakni sebesar 3,36, yaitu Media power point yang digunakan saat melakukan presentasi sosialisasi menarik. Artinya masih banyak pemilih pemula yang tidak tertarik dengan media power point yang digunakan saat sosialisasi, KPU Kota Depok harus bisa merubah media power point menjadi lebih menarik sehingga peserta sosialisasi pun tertarik dan memperhatikan presentasi yang menggunakan media power point, agar pesan atau informasi yang disampaikan lebih mudah dimengerti.

Dalam variabel tingkat pengetahuan pemilih pemula, dapat diketahui secara jelas bahwa tanggapan responden yang paling besar berada pada nilai *mean* 4,41 mengenai pernyataan Mengetahui tata cara mencoblos yang benar. Mayoritas jawaban setuju pada indikator tersebut, artinya angka tersebut merupakan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Sedangkan tanggapan responden yang paling rendah berada pada nilai

3,68, mengenai pernyataan Mengetahui tahapan – tahapan yang dilaksanakan pada Pemilu 2019.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji pengilahan data statistik (SPSS), maka dapat diketahui bahwa penelitian ini dikatakan valid dan reliabel, dapat dilihat dari seluruh indikator pada variabel independent (Sosialisasi) maupun variabel dependen (Tingkat Pengetahuan) yang didapat dalam kuesioner.

Hasil penelitian yang didapat bahwa Kegiatan Sosialisasi KPU Kota Depok Tentang Pemilu 2019 mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula. Hal tersebut terbukti dari hasil pengolahan data SPSS yang telah diambil dari kuesioner dan telah diisi oleh responden.

KESIMPULAN

Hasil keseluruhan dari penelitian yang peneliti tuangkan pada bab – bab sebelumnya, maka pada bagian ini peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: Kegiatan sosialisasi Pemilu 2019 yang dilakukan KPU Kota Depok memberikan tambahan informasi / pengetahuan yang dibutuhkan pemilih pemula dengan dikemas secara menarik. Pemilih pemula di SMAN 1 Depok memiliki tingkat pengetahuan yang baik tentang Pemilu 2019 setelah diberikan sosialisasi oleh KPU Kota Depok Kegiatan sosialisasi Pemilu 2019 yang dilakukan KPU Kota Depok dalam hal ini memberikan pengaruh terhadap tingkat pengetahuan pemilih pemula

mengenai Pemilu 2019 mulai dari tahapan hingga tata cara mencoblos.

Dari hasil pengolahan data SPSS pada tabel *correlations*, dapat diketahui bahwa nilai kekuatan yang terbentuk antara variabel independent yaitu variabel sosialisasi dengan variabel dependent yaitu tingkat pengetahuan konsumen dengan angka 0,661 yang artinya memiliki pengaruh yang **kuat**.

Dari hasil pengolahan data SPSS pada tabel *coefficients*, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. N., & Nasionalita, K. (2018). PENGARUH SOSIALISASI TERHADAP PENGETAHUAN PELAJAR MENGENAI HOAX (Studi Pada Program Diseminasi Informasi Melalui Media Jukrak Di SMKN 1 Pangandaran). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 120. <https://doi.org/10.12928/channel.v6i1.10217>
- Abdurrahman, O. (2001). *Dasar - Dasar Public Relations*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Alex, S. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. A. & H. (1996). *Prinsip - Prinsip Hubungan Masyarakat*. Usaha Nasional.
- Hartono. (2004). *Statistik untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Kountur, R. (2005). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. PPM.
- Kriyantono, R. (2010). *teknik praktis riset komunikasi disertai contoh parktis risetmedia, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Kencana Perdana Media Group.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Melinda, G. (2010). Pengaruh Program Sosialisasi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) Kementerian Kesehatan RI Terhadap Sikap Masyarakat. (Survey Pada Puskesmas Kelurahan Pulo Kecamatan Kebayoran Baru Jakarta Selatan). *Journal Information*, 21.
- Moeleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Sirozi. (2005). *Politik pendidikan: Dinamika hubungan antara kepentingan kekuasaan dan praktik penyelenggaraan pendidikan*. Raja Garfindo Persada.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja.
- Nawawi. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Prenada Media Group.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations*. Grasindo.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Rafli, D. Y. (2009). *PENGARUH SOSIALISASI TATA CARA CONTRENG TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN PEMILIH PEMULA (Studi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

- Universitas Indonesia*). 12–13.
[https://doi.org/10.1016/S0033-3506\(44\)80317-1](https://doi.org/10.1016/S0033-3506(44)80317-1)
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Riduwan. (2004). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63.
<https://doi.org/10.24905/jip.4.1.2019.47-63>
- Soekidjo, N. (2007). *Kesehatan Masyarakat Ilmu Prilaku Promosi Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2004). *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Gajah Mada University Press.
- Uchjana, E. O. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Umam, K. N. dan K. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. CV Pustaka Setia.