

## BAB V

### PENGUJIAN DAN ANALISIS DATA

Keadaan geografis desa yang menjadi sampel, dilihat dari jarak ibukota kecamatan, desa Serdang berjarak 3 Km dengan kondisi sarana perhubungan yang sudah memadai yakni 100% aspal. Desa Bulan Jahe berjarak 10 km dari kantor Kecamatan Barusjahe dan kondisi sarana perhubungan sudah memadai yaitu 100% aspal, desa Suka Julu yang berjarak 2 Km dari kantor Kecamatan Barusjahe, dimana sarana perhubungannya juga sudah baik yaitu 100% aspal.

Mata pencaharian dari penduduk ketiga desa tersebut di atas pada umumnya adalah bertani, seperti menanam padi, menanam jagung, menanam sayur-mayur dan jeruk.

Bila dilihat dari penataan desanya, baik dari sudut keindahan/kebersihan desa maupun administrasi desa, maka desa Serdang tergolong paling baik, karena desa Serdang pernah meraih juara harapan tingkat propinsi . Sedangkan desa Suka Julu dikategorikan desa sedang, sementara desa Bulan Jahe masih di bawah ke dua desa tadi. Namun bila kita mengamati secara seksama, bahwa ke tiga desa itu terdapat satu kesamaan sistim komunikasi yakni didasarkan kepada prinsip adat-istiadat yang terkristalisasi dalam peraturan adat, sebagaimana pada Bab IV yakni pada butir sistim sosial dan kebudayaan di Kecamatan Barusjahe.

Supaya gambaran desa sampel ini semakin jelas dan pengambilan responden yang sesuai, maka disajikan tabel komposisi penduduk sebagai berikut :

**TABEL V**  
**KOMPOSISI PENDUDUK DI DESA SAMPEL**

Nama Desa	Jumlah Penduduk			Persentase
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
Serdang	329	294	623	20,75
Bulanjahe	422	405	827	27,54
Suka Julu	739	814	1.553	51,71
Jumlah	1.490	1.513	3.303	100.00

Sumber data : Kantor Kecamatan Barusjahe, 1997

Karena penelitian ini membahas peranan pemuka pendapat dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum 1997, maka populasinya adalah penduduk yang telah ikut dalam pemilihan umum 1997.

Di desa Serdang pemilih berjumlah 379 orang, desa Bulan Jahe 529 orang, dan desa Suka Julu 950 orang.

Dengan demikian jumlah populasi 1858 orang. Jumlah sampel ditetapkan 5% sehingga menjadi 92 orang. Teknik pengambilan sampel telah diuraikan pada Bab III di atas.

Setelah jumlah sampel diketahui, maka total jumlah pemilih sebagai populasi dipilih secara acak sampai jumlah sampel terpenuhi.

## UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From Repository.uma.ac.id/9/8/24

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang dilakukan, diperoleh gambaran responden berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan sebagai berikut dalam tabel di bawah ini :

**TABEL VI**  
**KOMPOSISI UMUR RESPONDEN**

U s i a	Frekwensi	Persentase
18 - 28 tahun	25 orang	21,17
29 - 38 tahun	19 orang	20,65
39 - 48 tahun	23 orang	25,00
49 - 58 tahun	21 orang	22,83
59 - ke atas	4 orang	4,35
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Komposisi responden ini menunjukkan bahwa kelompok umur 18-28 tahun menempati urutan pertama dan kelompok ini masih pelajar.



**TABEL VII**  
**TINGKAT PENDIDIKAN RESPONDEN**

Pendidikan	Frekwensi	Persentase
Tidak Sekolah	6 orang	6,25
Tidak tamat SD	10 orang	10,87
Tamat SD	32 orang	34,78
Tamat SLTP	17 orang	18,44
Tamat SLTA	27 orang	29,29
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

**TABEL VIII**  
**JENIS PEKERJAAN RESPONDEN**

Jenis Pekerjaan	Frekwensi	Persentase
Petani	53 orang	57,61
G u r u	13 orang	14,13
Pelajar	20 orang	10,80
Mocok-mocok	9 orang	9,18
Pedagang	7 orang	7,61
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Responden mayoritas bekerja sebagai petani, yaitu sebanyak 57,61%. Para responden yang bekerja sebagai petani ini sebagian besar menanam padi, dan sayur-mayur.

**TABEL IX**  
**FREKWENSI RESPONDEN DALAM MEMINTA NASEHAT KEPADA**  
**SESEORANG JIKA MENEMUI SESUATU MASALAH**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	40 orang	43,48
Sekali-sekali	52 orang	56,52
Tidak Pernah	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dari tabel IX dapat dibuktikan, bahwa warga desa meminta pendapat kepada seseorang jika menemui suatu masalah. Responden yang menyatakan sekali-sekali 56,52% dan 43,48% mengakui sering, sementara tidak ada responden yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah melakukannya.

Pemuka pendapat terdapat pada setiap kelompok masyarakat. Hal ini nampak dari siapa responden meminta nasehat/pendapat, dan orang meminta nasehat/pendapat inilah yang disebut pemuka pendapat atau opinion leader. Tabel V menunjukkan bahwa 34 orang responden memilih penetua desa sementara yang memilih guru sebanyak 30 orang, dan yang memilih pemuka agama sebanyak 28 orang.

**TABKL X**  
**PENGAKUAN RESPONDEN TERHADAP KEPEMIMPINAN**  
**DESA SEBAGAI PEMBERI NASEHAT**

Pemimpin Desa	Frekwensi	Persentase
Penetua	34 orang	36,96
G u r u	30 orang	32,61
Pemuka Agama	28 orang	30,43
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Masyarakat desa dalam hal ini pemilih, dapat mengetahui kawan-kawannya juga meminta pendapat/nasehat kepada pemuka pendapat. Hal ini dapat diketahui, karena di desa-desa yang penulis teliti terdapat kedai-kedai, dimana pada hari minggu disana mereka biasanya mengobrol. Selain itu kelompok orang tua memiliki tempat-tempat tertentu untuk berkumpul, misalnya di rumah salah seorang penduduk, dan sebagainya. Dengan kondisi demikian kemungkinan terjadinya diskusi yang barangkali sampai menyinggung soal nasehat tadi. Kenyataan ini digambarkan pada tabel berikut :



**TABKL XI**  
**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KAWAN-KAWANNYA**  
**YANG MEMINTA NASEHAT KEPADA PEMUKA PENDAPAT**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	30 orang	36,61
Sekali-sekali	54 orang	50,70
Tidak pernah	8 orang	8,69
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Pemuka pendapat cukup berpengaruh dalam mengendalikan masyarakat desa, ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**TABEL XII**  
**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KEPEMIMPINAN**  
**PEMUKA PENDAPAT**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Berpengaruh	85 orang	92,39
Kurang berpengaruh	7 orang	7,61
Tidak berpengaruh	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Di desa-desa perangkat media massa sangat minim, karena itu hanya sebagian kecil dari masyarakat desa yang mendapat informasi dari media massa itu. Keadaan ini dapat diamati dari berita pemilihan umum yang sampai ke desa. Hanya 10 responden yang mengakui bahwa mereka mengetahui pemilihan umum dari media massa, sedangkan 82 orang responden menyatakan melalui komunikasi antar personal yang dilakukan oleh pemuka-pemuka pendapat yang terdapat pada lapisan masyarakat.

Karena setiap lima tahun sekali diadakan pemilihan umum, dimana dalam proses pemilihan umum tersebut, kampanye yang menyebar luaskan pesan-pesan politik baik melalui media massa maupun komunikasi melalui antar persona sehingga istilah pemilihan umum dan kegiatannya sudah dimengerti oleh masyarakat, walaupun tinggal di desa. Gambaran ini dapat kita lihat pada tabel XIII, dimana 94,57% responden mengatakan bahwa mereka mengerti tentang pemilihan umum, dan hanya 5,43% mengaku kurang mengerti, sehingga yang mengatakan sama sekali tidak mengerti tidak ada. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemilihan umum sudah dimengerti oleh semua masyarakat di pedesaan.



**TABEL XIII**  
**PENGETAUAN RESPONDEN TENTANG PEMILIHAN UMUM**

Tingkat Pengetahuan	Frekwensi	Persentase
Mengerti	87 orang	94,57
Kurang mengerti	5 orang	5,43
Tidak mengerti	- orang	-
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

**TABEL XIV**  
**MEDIA INFORMASI PEMILIHAN UMUM YANG DIPAKAI RESPONDEN**

Media Informasi	Frekwensi	Persentase
Media massa	10 orang	10,87
Kawan sepekerjaan	20 orang	21,74
Kepala desa	30 orang	32,61
G u r u	17 orang	18,48
Penetua desa	15 orang	16,30
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Pada Bab IV butir 5, telah diuraikan frekwensi kampanye yang dilakukan oleh ketiga kontestan peserta pemilu.

Dari tingkat Kecamatan Golkar mengisi kampanye sampai ke

desa-desa dan juga dari tingkat Kabupaten juga mengadakan kampanye. Partai Demokrasi Indonesia juga mengadakan kampanye dari tingkat Kabupaten sampai ke desa-desa dan Partai Persatuan Pembangunan tidak pernah mengadakan kampanye di Kecamatan Barusjahe. Kenyataan ini didukung oleh pengakuan responden, dimana 76,09% menyatakan sering dan sekali-sekali sebesar 23,91% sedangkan yang mengatakan tidak pernah tidak ada.

**TABEL XI**  
**FREKWENSI KAMPANYE DI DESA**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	70 orang	76,09
Sekali-sekali	22 orang	23,91
Tidak pernah	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Tabel XVI menunjukkan bahwa kampanye di desa bukan saja hanya dilakukan oleh team dari Kecamatan, tetapi juga oleh pemuka pendapat di desa itu sendiri. Kebanyakan responden mengatakan, bahwa kampanye itu dilaksanakan secara terpadu oleh team dari Kecamatan dan masyarakat dengan yang bersangkutan.

**TABEL XVI**  
**PELAKSANAAN KAMPANYE DI DESA**

Pelaksanaan Kampanye	Frekwensi	Persentase
Team dari Kecamatan	20 orang	21,74
Dari desa ybs.	25 orang	27,17
Kombinasi desa dengan Kecamatan	47 orang	51,09
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Masyarakat desa rupanya ikut berpartisipasi dalam kampanye, partisipasi itu ditunjukkan dengan mengikuti rapat umum di desa-desa yang dilaksanakan oleh team dari tingkat Kecamatan maupun yang dilaksanakan bersama-sama dengan masyarakat desa setempat. Sebanyak 45 orang responden menyatakan bahwa mereka sering mengikuti kampanye dalam bentuk rapat umum, sedangkan 40 orang responden mengakui hanya sekali-sekali dan 7 orang responden menyatakan tidak pernah.



**TABEL XVII**  
**FREKWENSI RESPONDEN MENGIKUTI KAMPANYE DI DESA**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	45 orang	48,91
Sekali-sekali	40 orang	43,48
Tidak pernah	7 orang	7,61
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Tingkat partisipasi masyarakat desa dalam mengikuti kampanye di desa cukup tinggi, sebagaimana telah digambarkan pada tabel XVII. Tetapi bila kampanye itu diadakan di luar desa, maka sangat sedikit bukti yang menunjukkan keikutsertaan mereka pada kampanye itu. dari 92 responden yang mengisi dengan lengkap angket yang disebar, hanya 8 orang yang menyatakan bahwa ia sering mengikuti kampanye di luar desanya, apakah di desa tetangga maupun di ibukota Kecamatan. & orang mengatakan sekali-sekali, namun yang mengatakan sama sekali tidak pernah mengikuti mencapai 77 orang responden.

Untuk lebih jelasnya mengenai responden yang mengikuti kampanye di luar desanya marilah kita lihat tabel berikut ini :

**TABEL XVIII****FREKWENSI RESPONDEN YANG MENGIKUTI KAMPANYE DI LUAR DESA**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	8 orang	8,70
Sekali-sekali	7 orang	7,61
Tidak pernah	77 orang	83,69
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Kampanye dilakukan di desa-desa, tidak begitu saja mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihannya. Namun demikian berhasil dalam meletakkan suatu kerangka persuasif terhadap masyarakat, walaupun tidak tuntas memutuskan mereka menjadi pengikut setia.

**TABEL XIX**

**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP PENGARUH KAMPANYE TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMILIH**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Terpengaruh	16 orang	17,39
Kurang terpengaruh	60 orang	65,22
Tidak terpengaruh	16 orang	17,39
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Responden yang menilai bahwa kampanye telah langsung mempengaruhinya menetapkan pilihan 17,39%, sedangkan yang mengatakan kurang berpengaruh 65,22%, sedangkan yang tidak terpengaruh sama sekali adalah 17,39%.

Sebagaimana telah digambarkan pada tabel XVI, dimana kampanye itu bukan saja dilakukan oleh orang-orang yang diterjunkan dari Kecamatan ke desa, tetapi juga oleh masyarakat desa itu sendiri. Masyarakat yang dianggap berpengetahuan tentang pemilihan umum memberi penerangan kepada masyarakat lainnya, sehingga mereka memperoleh informasi dari orang yang dikenal betul.

**TABEL XX**

**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP MASYARAKAT DESA YANG MEMBERI PENERANGAN PEMILU**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
A d a	92 orang	100,00
T i d a k a d a	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Setelah masyarakat mengikuti kampanye, mereka masih mendiskusikannya dengan kawan-kawannya. Diskusi ini dilakukan untuk saling tukar informasi dan pandangan mereka terhadap kampanye yang mereka ikuti. Hal ini juga tentu



terjadi karena masyarakat memiliki sikap sosial, yakni kecenderungan yang hampir sama diantara individu-individu yang terintegrasi dalam masyarakat. Kecenderungan itu semakin nyata setelah mereka melakukan diskusi.

Tabel XXI menunjukkan, bahwa 75 responden memiliki keinginan yang tinggi untuk membicarakan kampanye itu kembali melalui forum diskusi, sedangkan yang hanya sekali-sekali sebanyak 17 responden.

**TABEL XXI**  
**FREKWENSI RESPONDEN DALAM MENDISKUSIKAN KAMPANYE**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	75 orang	81,52
Sekali-sekali	17 orang	18,48
Tidak pernah	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Selama masa kampanye pemilihan umum 1997, baik di desa Suka Julu, desa Bulan Jahe dan desa Serdang terjadi interaksi diantara masyarakat pemilih itu sendiri. Ada yang sering memberi saran kepada kawannya, jumlah ini mencapai 10,87%, dan yang hanya sekali-sekali sebesar 23,91%, sedangkan yang sama sekali tidak pernah memberi saran sebanyak 65,22%.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**TABEL XXII**  
**FREKWENSI RESPONDEN DALAM MEMPENGARUHI MASYARAKAT PEMILIH**  
**DALAM MASA KAMPANYE**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	10 orang	10,87
Sekali-sekali	22 orang	23,91
Tidak pernah	60 orang	65,22
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Jika kita lihat perbandingan frekwensi responden yang mempengaruhi masyarakat pemilih dengan mereka yang dipengaruhi, maka kebanyakan responden mengaku dipengaruhi. Dengan demikian dalam masyarakat desa lebih sedikit orang yang aktif menggerakkan masyarakat, dan usaha menggerakkan itu dapat digambarkan sebagai partisipasi politik dalam proses pemilihan umum. Hal ini ditunjukkan pada tabel XXIII, dimana 54,35% responden mengatakan mereka sering dianjurkan, dan sebanyak 32,61% sekali-sekali, dan yang tidak pernah dianjurkan sebanyak 13,04%.

**TABEL XXIII****FREKWENSI RESPONDEN DIPENGARUHI DALAM PEMILIHAN UMUM**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	50 orang	54,35
Sekali-sekali	30 orang	32,61
Tidak pernah	12 orang	13,04
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Pada tabel XXIV ini akan digambarkan, bahwa hanya 10,87% responden yang mengetahui pemilihan umum dari media radio dan 23,91% hanya sekali-sekali, sedangkan yang 62,22% tidak pernah mengikuti berita pemilihan umum dari radio.

**TABEL XXIV****FREKWENSI RESPONDEN Mencari Informasi Pemilihan Umum  
MELALUI MEDIA RADIO**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	10 orang	10,87
Sekali-sekali	22 orang	23,91
Tidak pernah	60 orang	65,22
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)9/8/24



Dari hasil pemantauan penulis di desa penelitian menunjukkan, bahwa koran masuk desa sudah ada dan pada umumnya sudah terdapat pada setiap kedai kopi/warung kopi. Gambaran ini dapat kita lihat pada tabel berikut ini :

**TABEL XXV**  
**FREKWENSI RESPONDEN Mencari Informasi Pemilihan**  
**MELALUI MEDIA CETAK**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	71 orang	77,17
Sekali-sekali	15 orang	16,31
Tidak pernah	6 orang	6,52
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Televisi sebagai media audio visual sangat digemari masyarakat desa. Hal ini penulis ketahui sewaktu berada di lapangan, dimana pada setiap warung kopi, baik orang tua maupun pemuda semuanya menyenangi siaran televisi. Adapun tujuan mereka menonton televisi adalah untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan ada pula sebagai hiburan saja.

**TABEL XXVI**  
**FREKWENSI RESPONDEN Mencari Informasi Pemilihan Umum**  
**MELALUI MEDIA TELEVISI**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	67 orang	72,83
Sekali-sekali	15 orang	16,30
Tidak pernah	10 orang	10,87
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Setelah masyarakat membaca, melihat dan mendengar informasi pemilihan umum, yang mereka dapatkan melalui media cetak maupun media elektronik, maka informasi itu diteruskan kepada kawan-kawannya. Sebanyak 60 responden menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan pertanyaan ini. Namun hal ini dapat dimengerti karena sebagian besar diantara responden memanfaatkan media massa itu sebagai penyebar informasi politik, sehingga ada materi yang diberikan dan diberitahukan kepada sahabatnya. Kenyataan ini dapat kita lihat pada tabel berikut ini :

**TABEL XXVII**  
**FREKWENSI RESPONDEN MENERUSKAN INFORMASI PEMILIHAN UMUM**  
**YANG DIDAPAT DARI MEDIA MASSA KE MASYARAKT**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	20 orang	21,74
Sekali-sekali	12 orang	13,04
Tidak pernah	- orang	-
Tidak menjawab	60 orang	65,22
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Tabel XXVII ini menggambarkan bahwa pemuka pendapat cukup aktif dalam menyebarkan informasi tentang pemilihan umum, apakah yang diperoleh dari media cetak, media elektronik maupun kombinasi persepsi pribadinya dengan media tadi. Dari 92 responden yang menjadi sampel sebanyak 54,35% mengatakan, bahwa pemuka pendapat sering menyampaikan, informasi pemilihan umum berupa pesan-pesan politik. Responden yang mengakui mereka sekali-sekali menerima pesan itu dari saluran yang sama 38,04%, sedangkan yang tidak pernah menerima pesan sebanyak 7,61%.



**TABEL XXIII**  
**FREKWENSI PEMUKA PENDAPAT MENYEBARKAN INFORMASI**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	50 orang	54,35
Sekali-sekali	35 orang	38,04
Tidak pernah	7 orang	7,61
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Usaha pemuka pendapat dalam menyampaikan pesan-pesan politik tidaklah sia-sia, tetapi telah membentuk suatu pendapat atau pengaruh kepada masyarakat. Dari laporan responden menunjukkan bahwa 71,74% dari responden menuruti keinginan pemuka pendapat, sedangkan 21,74% masih memepertimbangkan pengaruh itu dengan kurang dituruti, sedangkan yang tidak menurut sebanyak 6,52%.

**TABEL XXIX**  
**PENGAKUAN RESPONDEN TERHADAP PENGARUH PEMUKA PENDAPAT**

Penilaian	J u m l a h	Persentase
Dituruti	66 orang	71,74
Kurang dituruti	20 orang	21,74
Tidak dituruti	6 orang	6,52
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (Repository.uma.ac.id)9/8/24

Pengaruh pemuka pendapat terhadap masyarakat ada yang mengandung semacam paksaan, dalam arti bila pesan yang disampaikan tidak memperlihatkan pengaruh yang positif maka akan ada tindakan balik dari pemuka pendapat terhadap siapa saja yang mengingkari tujuan dari pesan tersebut. Kenyataan ini digambarkan pada tabel berikut ini, dimana 37 responden mengatakan jika mereka tidak menuruti kehendak pemuka pendapat, maka mereka akan dikucilkan sebagai sanksi atas tindakan itu. Sementara 40 orang responden berpendapat sanksi itu tidak selalu dilakukan oleh pemuka masyarakat tetapi kadang-kadang saja. Sedangkan 25 responden menyatakan dengan tegas bahwa bila ia tidak mengikuti pemuka pendapat, maka sama sekali tidak ada hukumannya. Namun dari uraian singkat ini dapat dipetik sarinya bahwa jika harapan pemuka pendapat tidak terpenuhi akan pesan yang disampaikan, maka pada umumnya ada sanksi dijatuhkan kepada siapa yang menentang.

**TABEL XXX**  
**PENGAKUAN RESPONDEN TERHADAP TINDAKAN PEMUKA PENDAPAT**  
**APABILA TIDAK DITURUTI**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Dikucilkan	37 orang	40,22
Kadang-kadang	40 orang	43,49
Biasa-biasa	15 orang	16,30
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Beragam alasan responden dalam menilai pemuka pendapat, responden yang mengatakan pemuka pendapat berpengaruh karena kaya sebanyak 5,44% dan 34,78% berpendapat bahwa pengaruh itu dimiliki karena masyarakat menganggap mereka lebih pandai, sementara 21,74% mengakui sebenarnya pemuka pendapat diterima dan diakui masyarakat karena penetua desa, sedangkan yang menyatakan karena status guru sebanyak 27,17% dan yang mengatakn karena status pemuka agama sebanyak 10,87%.

Untuk lebih jelasnya gambaran ragam alasan responden dalam menilai pemuka pendapat, yang mengatkan pemuka pendapat berpengaruh karena adanya alasan-alasan tersebut di atas maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :



**TABEL XXXI**  
**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP TERBENTUKNYA PENGARUH**  
**PEMUKA PENDAPAT**

Pemimpin Desa	Frekwensi	Persentase
Orang kaya	5 orang	5,44
Orang pandai	32 orang	34,78
Penetua desa	20 orang	21,74
G u r u	25 orang	27,17
Pemuka agama	10 orang	10,87
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

**TABEL XXXII**  
**TINGKAT PENGARUH MEDIA MASSA DALAM MENENTUKAN PILIHAN**  
**RESPONDEN**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Percaya	12 orang	13,04
Kurang percaya	21 orang	22,83
Tidak percaya	35 orang	38,04
Tidak menjawab	24 orang	26,09
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Tabel XXXII ini menunjukkan bahwa hanya 12 responden yang mengakui, 21 responden kurang mengakui, 35 responden tidak percaya bahwa mass media telah langsung mempengaruhinya dalam menentukan pilihan, dan 24 responden tidak menjawab.

Anggota masyarakat yang tertarik mendengar penjelasan kawannya seputar pemilihan umum, metode yang menjelaskan ini tentu dengan semangat kekeluargaan, sehingga tercipta keakraban diantara mereka, dimana 65,22% mengatakan menarik, sedangkan yang berpendapat kurang menarik 21,74%, dan mereka yang mengatakan tidak menarik 13,04%.

**TABEL XXXIII**  
**TINGKAT PENGARUH INTERAKSI MASYARAKAT DALAM**  
**MEMETUKAN PILIHAN**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Menarik	60 orang	65,22
Kurang menarik	20 orang	21,74
Tidak menarik	12 orang	13,04
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Masyarakat desa senang dalam mendengar penjelasan pemuka pendapat, dimana pemuka pendapat menguraikan kembali hal-hal yang diketahuinya dari berbagai sumber kepada masyarakat.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Sebanyak 74 responden menilai senang, responden yang menyatakan kurang senang sebanyak 10 responden, dan dengan demikian yang tidak senang sebanyak 8 responden. Jelasnya keterangan tersebut dapat kita lihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL XXXIV**

**PENILAIAN RESPONDEN TERHADAP KEPEMIMPINAN PEMUKA PENDAPAT**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Senang	74 orang	80,43
Kurang senang	10 orang	10,87
Tidak senang	8 orang	8,70
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Masyarakat desa bukan saja hanya dalam kegiatan pemilihan umum mengadakan diskusi, tetapi diskusi/pertemuan dilakukan mereka jika menyangkut persoalan hidup. Kegiatan ini tentu selalu dilihat dari kaca mata budaya yang hidup dan terpelihara di desa yang bersangkutan. Frekwensi kegiatan ini dapat kita lihat pada tabel berikut ini :



**TABEL XXXV**  
**FREKWENSI RESPONDEN MENGADAKAN DISKUSI DALAM**  
**SETIAP PERSOALAN HIDUP DI DESA**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	80 orang	86,96
Sekali-sekali	12 orang	13,04
Tidak pernah	- orang	-
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Pada Bab III telah dijelaskan bahwa pelaksanaan kampanye di desa, bukan hanya dilakukan masyarakat dengan atau juru kampanye yang datang dari luar, tetapi kombinasi diantara keduanya. Namun dalam bobot pengaruh keduanya dapat dibedakan, sesuai dengan keyakinan masyarakat kepada kedua komunikator ini. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 92 responden yang mewakili seluruh populasi, hanya 20 responden yang percaya kepada pesan juru kampanye yang datang dari luar desa. Sementara yang menilai kurang percaya sebanyak 40 responden dan 32 responden mengatakan tidak percaya.

**TABEL XXXVI****TINGKAT PENGARUH JURU KAMPANYE DARI LUAR DESA RESPONDEN**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Percaya	20 orang	21,74
Kurang percaya	40 orang	43,48
Tidak percaya	32 orang	34,78
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dari uraian di atas menunjukkan, bahwa ada tiga kelompok sumber pesan politik yang senantiasa mempengaruhi sikap dan tingkah laku partisipasi responden dalam menentukan pilihan dan serta tingkat partisipasinya. Kelompok dimaksud ialah pemuka pendapat di desa yang bersangkutan, media massa dan juru kampanye dari luar desa tersebut.

Namun ketiga kelompok ini mempunyai bobot yang berbeda-beda di dalam merangkul responden/masyarakat. Mialnya dari penilaian terhadap pemuka pendapat dengan media massa. Responden yang mengatakan bahwa pemuka pendapat desanyalah yang lebih diyakini mencapai 89,13% dan 10,87% responden yang memilih media massa. Dengan demikian kemampuan pengaruh pemuka pendapat terbukti dari penilaian ini.

TABEL. XXXVII

## PERBANDINGAN PENGARUH MEDIA MASSA DENGAN PEMUKA PENDAPAT

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Media massa	10 orang	10,87
Pemuka pendapat	82 orang	89,13
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Masyarakat desa lebih meyakini pemuka pendapat di desanya sendiri dari pada orang yang datang dari luar desa. Dalam kampanye pemilihan umum 1997, semua desa di Kecamatan Barusjahe dijangkau oleh team kampanye Golkar tingkat Kecamatan, mereka inilah yang dimaksud orang dari luar desa dirambah masuknya pihak lain melalui jalur informal. Responden yang memilih pemuka pendapat desanya sebagai orang yang paling dipercaya dalam memberikan pendapat/pesan sebanyak 84,28%, sedangkan yang memilih juru kampanye dari luar desa hanya sebesar 15,22%.



**TABEL XXXVIII**  
**PERBANDINGAN PENGARUH PEMUKA PENDAPAT DI DESA**  
**DENGAN JURU KAMPANYE DARI LUAR DESA**

Pemilihan	Frekwensi	Persentase
Pemuka pendapat	78 orang	84,78
Juru kampanye dari luar desa	14 orang	15,22
<b>J u m l a h</b>	<b>92 orang</b>	<b>100,00</b>

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dalam proses kampanye pemilihan umum 1997 di desa sampel menunjukkan bahwa pelaksanaannya sudah dapat dikelompokkan dalam kategori demokratis. Hal ini ditunjukkan dari jawaban responden yang mengatakan bahwa mereka dalam menjatuhkan pilihan tidak ada unsur paksaan, kelompok ini sebanyak 78,76%. Namun demikian masih ada krikil kecil yang mewarnai pesta akbar demikrasi itu, yaitu dengan adanya responden yang mengatakan bahwa dalam proses penentuan pilihan mereka ada terselip unsur paksaan yaitu sebesar 21,74%.

**TABEL XXXIX**  
**PENILAIAN RESPONDEN DALAM PENENTUAN PILIHAN DALAM**  
**PEMILIHAN UMUM 1997**

Penilaian	Frekwensi	Persentase
Dipaksa	20 orang	21,74
Tidak dipaksa	72 orang	78,76
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dalam pelaksanaan kampanye di desa pemuka pendapat aktif dalam menggerakkan masyarakat. Peranan ini ditujukan dengan menghimbau masyarakat untuk turut ambil bagian dalam proses kampanye, seperti menghadiri kampanye, menyediakan kursi dan tikar, mengatur tempat, sampai memberi sejumlah uang. Himbauan pemuka pendapat ini ditanggapi dengan positif sebagian rakyat. 36,96% responden mengakui menerima himbauan yang sering itu, yang hanya sekali-sekali dihimbau dan menanggapi mencapai 46,74%, sedangkan yang tidak pernah dihimbau 16,30%.

TABEL XXXX

## FREKWENSI PEMUKA PENDAPAT DALAM MENGGERAKKAN MASYARAKAT

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	34 orang	36,96
Sekali-sekali	43 orang	46,74
Tidak pernah	15 orang	16,30
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Gambar pada tabel XXXX di atas dapat direlepasikan dengan tabel XXXXI yang menggambarkan tingkat partisipasi responden dalam proses pemilihan umum. Sebanyak 22 responden yang mengakui bahwa mereka sering berpartisipasi dalam kampanye, memberi kursi atau tikar, sebagai fasilitas untuk mendukung pelaksanaan kampanye. Sejumlah 30 responden mengatakan sekali-sekali dan 40 responden mengatakan tidak pernah.



**TABEL XXXI**  
**TINGKAT PARTISIPASI RESPONDEN DALAM KAMPANYE**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	22 orang	23,91
Sekali-sekali	30 orang	32,61
Tidak pernah	40 orang	43,48
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dalam menempeli gambar/symbol OPP, responden yang turut ambil bagian hanya 30 responden, 10 responden sering dan 20 responden mengatakan sekali-sekali, dan 62 orang responden tidak pernah.

**TABEL XXXII**  
**TINGKAT PARTISIPASI RESPONDEN MENEMPELI GAMBAR OPP**

Frekwensi	J u m l a h	Persentase
Sering	10 orang	10,87
Sekali-sekali	20 orang	21,74
Tidak pernah	62 orang	67,39
J u m l a h	92 orang	100,00

Sumber data : Hasil Penelitian, 1997.

Dari tabel X, XI, XII, XVIII, XX, XXI, XXII, XXIII, XXVII, XXIX, XXX, XXXI, XXXII, XXXIV, XXXVI, XXXVII, XXXVIII, XXXIX, XXXX, DAN XXXXI, dapat disimpulkan bahwa pemuka pendapat terdapat dalam setiap lapisan masyarakat. Dengan demikian setiap individu dalam masyarakat memiliki pemuka pendapat tersendiri, sesuai dengan keinginan dan kehendaknya. Pada sisi lain pemuka pendapat lebih banyak memiliki dan menguasai informasi, serta kedudukannya lebih tinggi dari masyarakat awam. Karena kedudukan dan kebutuhan akan informasi itu pula maka pemuka pendapat lebih aktif dalam interaksi sosial, apakah di dalam desanya maupun di luar desanya dan berusaha mencari informasi.

Dari data yang ditabulasi di atas menunjukkan bahwa pemuka pendapat cukup berpengaruh di desanya, dan dalam kampanye pemilihan umum 1997 ia telah dilibatkan oleh organisasi peserta pemilihan umum. Dengan demikian peranan pemuka pendapat cukup besar. Namun dalam hal pelaksanaannya pemuka pendapat memang demokratis, yakni didasarkan pada azas kekeluargaan yang sesuai dengan realita sosial di desanya. Tetapi ada secuil kerikil tajam yakni kadang tindakan itu bersifat coersive walaupun dengan teknik yang sangat halus.

Bila kita melihat pengaruh media massa terhadap masyarakat desa, belumlah mendapat tempat di tengah-tengah masyarakat, hal ini dapat kita lihat pada tabel XIV, XXIV, XXV, XXVI, XXVII, XXXII, DAN XXXIII. Selain perngkat media

massa ini sangat minim juga tidak didukung kemampuan bahasa dan daya pikir masyarakat. Memang ada bagian masyarakat di desa yang memanfaatkannya, namun jumlahnya relatif sedikit. Namun yang penting adalah penilaian masyarakat yang menempatkan pemuka pendapat dengan kategori lebih baik dan lebih sesuai dari pada media massa.

Masyarakat desa tidak pernah lupa dari ingatan organisasi peserta pemilihan umum, itu terbukti dengan dilangsungkannya kampanye di setiap desa. Juru kampanye datang dari luar desa untuk hadir di desa tersebut. Namun mereka belum dapat secara langsung menetapkan garis mati bahwa masyarakat desa telah menjadi pengikut setia, tetapi masih dalam tahap aksi yang mengharapkan reaksi masyarakat. Kenyataan itu diakibatkan karena masyarakat masih lebih meyakini pemuka pendapat dibanding dengan kehadiran juru kampanye.

Tingkat partisipasi masyarakat desa tidak sama, tetapi berbeda satu sama lain. Ada yang bertindak sebagai penggerak, namun ada pula yang vakum, tetapi dapat digariskan bahwa partisipasi masyarakat telah nampak berkat adanya aksi dari pemuka pendapat. Dengan demikian partisipasi masyarakat dapat meningkat lewat usaha pemuka pendapat.