

## **BAB II**

# **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan kegiatan penelitian yang memiliki tujuan untuk mengkaji secara serius teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti. Teori dan Konsep yang dikaji digunakan untuk memperjelas dan memperpanjang ruang lingkup dan konstruk variabel yang akan diteliti oleh peneliti sebagai dasar pembahasan penelitian ini digunakan untuk memberikan saran dalam upaya pemecahan topik permasalahan.

Penulisan skripsi ini, peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai perbedaan baik persamaan yang dimiliki peneliti sebelumnya mengenai teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori.

### **2.2 Review Penelitian Sejenis**

Untuk melakukan sebuah penelitian, tentunya harus diperlukan berbagai bahan dan referensi untuk memberikan informasi, gambaran atau gagasan dari sebuah karya yang dibuat. Serta melihat kembali berbagai penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Gunanya untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada serta menambah kekayaan khazanah keilmuan khususnya bagi peneliti yang mencari bahasan serupa dengan berbagai perbedaan dan umumnya untuk para akademisi di bidang ilmu komunikasi. Sudah banyak peneliti yang membahas

terkait efektifitas *E-voting* namun cakupan yang luas tidak dapat memutus ide peneliti baru untuk membuat bahasan mengenai efektifitas *E-voting* dengan kaitan masalah yang berbeda.

Berikut adalah *review* penelitian yang sudah diteliti oleh para peneliti terdahulu yang juga ada hubungannya dengan judul yang akan diteliti. Diantaranya sebagai berikut :

1. Afni Fauziah (2019), melakukan penelitian dengan judul “Pelaksanaan sistem elektronik *voting* dalam pemilihan kepala desa taman kecamatan taman kabupaten pamalang”, sistem *e-voting* yaitu suatu metode pengumpulan suara menggunakan perangkat elektronik. Sistem *e-voting* berbeda dengan sistem konvensional. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini adalah pemilihan kepala desa taman kecamatan taman kabupaten Pamalang. Peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan Pada penyelenggaraan pilkades secara manual diketahui beberapa masalah salah satu yaitu kesalahan pada saat proses pencoblosan di yang mengakibatkan surat suara rusak sehingga suara tersebut dinyatakan gugur atau tidak sah. Teknik pengumpulan data menggunakan metode triangulasi sumber, teknik analisis data dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan pelaksanaan sistem elektronik *voting* dalam pemilihan kepala desa taman kecamatan taman kabupaten pamalang adalah tahap pelaksanaan dimulai dari pembentukan panitia pemilihan, pendaftaran calon kepala desa, penjaringan calon kepala desa, penyaringan calon kepala desa. Desa dan pemungutan suara menggunakan sistem *e-voting*. Pelaporan hasil perhitungan suara yang berbeda hanya saja pada saat pemungutan suara menggunakan sistem *e-voting* artinya pemilih menggunakan perangkat elektronik dengan cara menyentuh gambar calon pada layar komputer, sehingga tidak lagi dengan cara mencoblos. Tanggal 2 september 2018 diikuti 5 calon kepala desa. Hasil dari penelitian ini menyatakan kelebihan dari sistem elektronik *voting* adalah efisien, cepat,

efektif dan akurat. Kelemahan dari sistem elektronik voting adalah alat *e-voting* sewaktu-waktu bisa trouble, alat *e-voting* belum bisa digunakan untuk penyandang disabilitas.

2. Khaulah Afifah, Lala M. Kolopak ing, Zessy Ardinal Barlan. 2018. Dengan judul “E-Voting Kepala Desa dan Media Sosial”. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang dilakukan dengan melihat hubungan antar variable. Penelitian ini didasrakan karena ingin mengetahui bagaimana sistem *e-voting* dalam pemilihan kepala desa yang merupakan sistem baru dengan berbagai prinsip yang dimilikinya memiliki hubungan dengan modal sosial yang telah lama ada di tengah-tengah masyarakat. Dalm penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis hubungan tingkat keberhasilan sistem *e-voting* dalam pemilihan kepala desa dengan tingkat modal sosial masyarakat. Dan, hasil dari penelitian ini adalah Tingkat keberhasilan *e-voting* dalam pemilihan kepala desa di Desa Babakan tergolong tinggi. Hal tersebut disebabkan karena terpenuhinya prinsip-prinsip *e-voting*, dari kedua belas prinsip hanya tingkat verifikasiabilitas dan auditabilitas dan tingkat kebenaran yang tergolong sedang, sedangkan prinsip yang lainnya tergolong tinggi.
3. Nurlita Fitri Fatmawati, (2018) Universitas Pancasakti Tegal. Dengan judul “Evektifitas Sistem *E-voting* Pada Pemilihan Kepala Desa (PILKADES) Di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemasang. Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan sampel yaitu kelompok atau cluster random sample. Teknik analisis data yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan skala angka. Penelitian ini didasrakan dari masalah yaitu ingin mengetahui masalah apa saja yang

muncul ada pada saat pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Desa dengan menggunakan sistem *E-Voting* yang berada di Kecamatan Ulujami. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Untuk mengetahui Efektivitas sistem *E-Voting* pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang Tahun 2018; (2) Untuk mengetahui Faktor pendukung dan penghambat Efektivitas sistem *E-Voting* pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang Tahun 2018; (3) Untuk mengetahui solusi dalam pemecahan permasalahan dalam sistem *E-voting* pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang Tahun 2018.

**Tabel 1. 1 Panellation Sejenis**

<b>No</b>	<b>PENULIS/ TAHUN/ JUDUL</b>	<b>MASALAH</b>	<b>METODE PENELITIA N</b>	<b>HASIL</b>	<b>RELEVANSI</b>	<b>PERBEDAAN</b>
1.	Afni Fauziah (2019) "Pelaksanaan sistem elektronik <i>voting</i> dalam pemilihan kepala desa	Pada penyelenggaraan pilkades secara manual diketahui beberapa masalah salah satu yaitu kesalahan	Metode dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif serta dengan didukung data penelitian kuantitatif	Hail dari penelitian ini menyatakan kelebihan dan kekurangan dari system e-voting. Kelebihan dari e-voting adalah	Penelitian ini sangat penting untuk skripsi saya karena dari penelitian ini dapat melihat indikator apa yang mempengaruhi	Selain objek dan lokasi penelitian. Perbedaandari penelitian ini ialah adanya relasi

	<p>taman kecamatan taman kabupaten pamalang”</p>	<p>pada saat proses pencoblosan di yang mengakibatkan surat suara rusak sehingga suara tersebut dinyatakan gugur atau tidak sah.</p>		<p>Efisien, cepat, efektif dan akurat. Kelemhan dari system e-voting ini adalah alat e-voting sewaktu-waktu bisa trouble, serta alat e-voting belum bisa digunakan untuk penyandang disabilitas.</p>	<p>tingkat partisipasi yang cukup tinggi di daerah tersebut.</p>	<p>tahap kesuksesaan <i>e-voting</i> kades di Desa Babakan dengan tingkat modal sosial. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji kesesuaian yang menyatakan semakin tinggi tingkat kesuksesaan <i>e-voting</i> maka semakin tinggi tingkat modal sosial. Sedangkan untuk penelitian</p>
--	--	--	--	--	--	--

						saya partisipasi masyarakatnya tidak terlalu tinggi karena merupakan masyarakat lingkup universitas. meskipun dengan jumlah mahasiswa yang cukup banyak.
2.	Khaulah Afifah, Lala M. Kolopaking, Zessy Ardinal Barlan. 2018. "E-Voting Kepala Desa dan Media Sosial"	Pada masalah penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana system e-voting dalam pemilihan kepala desa yang merupakan system baru	Metode dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif serta dengan didukung data penelitian kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah tingkat keberhasilan e-voting dalam pemilihan kepala desa Babakan tergolong tinggi. Hal tersebut	Penelitian ini sangat penting untuk skripsi saya karena dari penelitian ini dapat melihat indikator apa saja yang harus di bahas terkait e-voting serta dari penelitian ini saya	Selain Perbedaan objek penelitian, rumusan masalah jg menjadi pembeda dari penelitian ini dan penelitian

		Dengan berbagai prinsip yang dimilikinya hubungan dengan modal social yang telah lama di tengah-tengah masyarakat.		.didasarkan akrena terpenuhinya prinsip-prinsip e-voting. Hanya verifibilitas dan auditabilitas serta tingkat kebenaran yang tergolong sedang. Sedangkan prinsip yang lainnya tergolong tinggi.	Membaca terkit Prinsip-prinsip e-voting.	saya. Dimana penelitian ini mengangkat masalah terkait hubungan e-voting dan modal sosial Sedangkan penelitian saya mengangkat masalah terkait efektivitas e-voting yang dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
--	--	--	--	---	--	---

						Pasundan Bandung.
3.	Nurlita Fitri Fatmawati, (2018) Universitas Pancasakti Tegal. Dengan judul “Evektifitas Sistem <i>E-voting</i> Pada Pemilihan Kepala Desa (PILKADES) Di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang.	Dalam pemilihan yang dilakukan di kecamatan ulujami kabupaten pemalang terdapat Dalam penelitian ini masalah yang muncul adalah masalah yang ada pada saat pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Desa dengan menggunakan sistem <i>E-voting</i> yang berada di Kecamatan Ulujami.	Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuisioner, wawancara dan dokumentasi.	(1.) Hail dari pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa menggunakan sistem <i>E-Voting</i> di Kecamatan Ulujami berjalan dengan kurang baik karena tujuan dalam pemilihan kepala desa menggunakan sistem <i>EVoting</i> belum sepenuhnya tercapai, tujuan tersebut yaitu mempercepat	Selain ada kesamaan teori yang digunakan, penelitian ini juga sangat penting dalam pembuatan skripsi saya. Dikarenakan dari penelitian ini saya dapat mengetahui indikator apa saja yang mencakup terkait efektifitas. Serta hal hal apa saja yang menjadi pendukung dan hambatan terkait efektifitas <i>e-voting</i> .	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada objek dan lokasi penelitian. Dimana pada penelitian ini memiliki objek terkait efektifitas <i>e-voting</i> dalam pemilihan kepala Desa di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang. Sedangkan pada penelitian



				<p>at proses Pemilihan Kepala Desa pada pelaksannay aanya sistem <i>E- voting</i> masih di bantu dengan menggunak an manual yaitu pada bagian verifikasi data</p>		<p>saya objek penelitian ya iyaitau“Ef ektifitas metode e- voting terhadap minat pemilihan raya di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Pasundan Bandung”. dan lokasi penelitian di lingkup universitas .</p>
--	--	--	--	---	--	--

## 2.3 Kerangka Konseptual

### 2.3.1 Pengertian Komunikasi

Seperti telah disebutkan istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli :

- 1) Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
- 2) Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainlain”
- 3) Gode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”
- 4) Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”

- 5) Resuch “Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan”
- 6) Weaver “Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya”

Selain itu Deddy Mulyana juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain :

- 1) Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
- 2) Carl.I.Hovland, “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambanglambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).”
- 3) Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”
- 4) Everett M.Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
- 5) Raymond S.Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
- 6) Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
- 7) Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who says what and with channel to whom with what effect? atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Alo Liliweri dalam bukunya *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya* mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

- 1) Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
- 2) Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
- 3) Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
- 4) Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
- 5) Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
- 6) Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
- 7) Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa: komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku.

Sedemikian beragam definisi komunikasi hingga pada tahun 1976 Dance dan Larson berhasil mengumpulkan 126 definisi komunikasi yang berlainan. Melihat berbagai komunikasi yang telah diberikan para ahli sangatlah beragam

tergantung atas pendekatan yang digunakan dalam menelaah pengertian komunikasi itu sendiri. Saefullah menyatakan pada dasarnya secara terminologis para ahli berusaha mendefinisikan komunikasi dari berbagai perspektif, mulai dari perspektif filsafat, sosiologi, dan psikologi. Walaupun demikian dari berbagai definisi yang diungkapkan para ahli diatas maka secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun non verbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat dikatakan penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

### **2.3.1.1 Fungsi Komunikasi**

Terdapat beberapa fungsi komunikasi diantaranya :

1) Kendali :

komunikasi dalam bertindak untuk dapat mengendalikan perilaku anggota didalam beberapa cara, pada tiap organisasi memiliki wewenang serta juga garis panduan formal yang harus dipatuhi oleh anggotnya.

2) Motivasi :

komunikasi tersebut membantu didalam perkembangan motivasi dengan cara menjelaskan kepada para karyawan itu , apa yang harus dilakukan bagaimana mereka itu dapat bekerja baik serta juga apa yang dapat dikerjakan untuk dapat memperbaiki kinerja apabila itu di bawah standar.

3) Pengungkapan emosional :

pada banyak karyawan dalam kelompok kerja, mereka adalah sumber utama untuk dalam interaksi sosial, komunikasi yang terjadi didalam kelompok itu adalah suatumechanisme fundamental dengan mana anggota-anggota tersebut menunjukkan kekecewaan serta juga rasa puas mereka oleh sebab itu komunikasi itu menyiarkan suatu ungkapan emosional dari perasaan serta juga pemenuhan kebutuhan sosial.

4) Informasi :

komunikasi tersebut memberikan informasi yang diperlukan bagi individu maupun juga bagi kelompok didalam mengambil suatu keputusan dengan meneruskan data didalam mengenai dan juga menilai pilihan-pilihan alternatif (Robbins, 2002 : 310-311).

### **2.3.1.2 Syarat Komunikasi**

Ketika ingin melakukan komunikasi, dibutuhkan syarat-syarat tertentu. Adapun syarat-syaratnya antara lain sebagai berikut.

- 5) Source: Source atau sumber merupakan bahan dasar dalam penyampaian pesan untuk memperkuat pesan itu sendiri. Salah satu contoh komunikasi adalah orang, lembaga, buku dan masih banyak yang lainnya.
- 6) Komunikator: komunikator adalah pelaku yang menyampaikan pesan bisa berupa seseorang yang sedang menulis atau berbicara, bisa juga berupa kelompok orang atau juga organisasi komunikasi seperti film, radio, surat kabar, televisi dan lain sebagainya.
- 7) Komunikan: komunikan merupakan penerima pesan dalam komunikasi yang bisa berupa seseorang, kelompok ataupun massa.
- 8) Pesan: pesan merupakan keseluruhan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Pesan memiliki tema utama sebagai pengarah dalam usaha untuk mengubah sikap serta tingkah laku orang lain.
- 9) Saluran: Saluran adalah media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Saluran komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian, yakni saluran formal atau resmi dan saluran informal atau tidak resmi.
- 10) Efek: Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yang terjadi.

### 2.3.2 Komunikasi Massa

Bittner (1980: 10) Mendefinisikan komunikasi massa adalah : “*Mass communication is messages communication through a mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media pada sejumlah besar orang.

Gerbner (1967) menulis, “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*” ( Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri)

Maletzke (1963) “*Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich durch technische Verbreitungsmittel indirect und einseitig an ein disperses Publikum (vermittelt werden Maletzke.* (Komunikasi massa kita artikan setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar).

Komunikasi massa adalah suatu proses tempat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

Komunikasi massa dibedakan dengan jenis komunikasi lainnya karena komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus dari populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan sosial.

Dengan merangkum definisi-definisi yang diberikan oleh para ahli, Jalaluddin Rakhmat mengartikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Jika disederhanakan, karakter komunikasi, antara lain:

- 1) Dilakukan oleh institusi sosial (lembaga media/pers). Media dan masyarakat saling memberi pengaruh/interaksi. Dia adalah komunikator melembaga (*Institutionalized Communicator*) atau komunikator kolektif (*Collective Communicator*) karena media massa adalah lembaga sosial, bukan orang per orang;
- 2) Umumnya bersifat satu arah, yaitu informasi yang disampaikan media massa kepada masyarakat. Meskipun kadang ada ruang untuk memberikan tanggapan (*feed-back*), hal itu jarang dan hanya sebagian kecil saja dari proses komunikasi yang ada. Contohnya adalah masyarakat boleh mengirimkan komentar terhadap isu yang sedang dibahas oleh sebuah acara dialog politik, bahkan bisa bicara lewat telepon. Contoh lain, ada ruang pembaca di rubrik koran yang merupakan ruang untuk pembaca yang ingin menyampaikan pikirannya;
- 3) Umpan Balik Tertunda (*Delayed Feedback*) atau Tidak Langsung (*Indirect Feedback*): respons audiens atau pembaca tidak langsung diketahui seperti pada komunikasi antarpribadi;
- 4) Selalu ada proses seleksi—media memilih khalayak. Artinya, media tak mungkin memberitakan semua peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Ia akan memilih apa yang akan disuguhkan sebagai pesan dan informasi;
- 5) Pesan bersifat umum, universal, dan ditujukan kepada orang banyak dan khalayak luas. Jangkauannya luas karena media yang dibuat juga diperuntukkan secara teknologis untuk menjangkau masyarakat luas dan massa;



- 6) Menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*) penerimaan oleh massa;
- 7) Komunikasi bersifat anonim dan heterogen, tidak saling kenal, dan terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter, beragam latar belakang sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan; dan
- 8) Membidik sasaran tertentu, segmentasi. Artinya, di kalangan khalayak dan massa dipilih kalangan tertentu sebagai komunikannya dan penerima pesannya, tetapi jumlahnya tetap banyak.

McQuail menyebut ciri utama komunikasi massa dari segi-segi berikut ini:

- 1) Sumber: bukan satu orang, melainkan organisasi formal, pengirimnya sering merupakan komunikator profesional;
- 2) Pesan: beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak—merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar;
- 3) Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selalu sering bersifat non-moral dan kalkulatif;
- 4) Penerima merupakan bagian dari khalayak luas; dan
- 5) Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dan banyak penerima.

Menurut Steven A. Chafee komunikasi massa memiliki efek terhadap individu, antaralain :

- 1) Efek ekonomis: menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan);
- 2) Efek sosial: menunjukkan status (contoh: seseorang kadang- kadang dinilai dari media massa yang ia baca, seperti surat kabar *Pos Kota* memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar *Kompas*);
- 3) Efek penjadwalan kegiatan;
- 4) Efek penyaluran/penghilang perasaan; dan

- 5) Efek perasaan terhadap jenis media. Sedangkan, komunikasi massa juga memiliki efek:
- 6) Konversi, yaitu menyebabkan perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan;
- 7) Memperlancar atau malah mencegah perubahan; dan
- 8) Memperkuat keadaan (nilai, norma, dan ideologi) yang ada.

### **2.3.3 New Media**

New media atau media baru adalah istilah yang diciptakan untuk menggambarkan keberadaan media teknologi digital. Media baru dalam media massa yang menggunakan internet dan teknologi sebagai alat yang dapat diakses oleh khalayak luas. Sejak kemunculan internet dan teknologi digital yang modern mampu memberikan peluang dalam media baru dapat mempengaruhi khalayak dari segi kehidupan, gaya hidup. Maka mampu memberikan perubahan besar untuk kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien. Media baru dapat dikatakan sebagai media digital. Media digital adalah media berupa kombinasi data, teks, audio, dan berbagai jenis gambar dan video yang disimpan dalam format digital, serta didistribusikan melalui jaringan berbasis kabel optik pita lebar, satelit, dan sistem transmisi gelombang mikro. (Flew dalam Putri, 2012:16).

Definisi media baru juga dijelaskan oleh McQuail (2011:148) bahwa bentuk media baru adalah berbagai macam model teknologi komunikasi dengan kesamaan karakteristik, kecuali yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan luasnya ketersediaan untuk penggunaan pribadi. Media baru terfokus pada penggunaan masyarakat luas, contohnya adalah berita online, iklan, aplikasi siaran, forum, kegiatan diskusi, world wide web, eksplorasi informasi, dan potensi untuk membentuk komunitas tertentu. Oleh karena itu, media baru tersebut sangat mudah dalam membantu kebutuhan masyarakat saat ini, masyarakat menganggap dengan

kehadiran media baru menjadi salah satu solusi yang praktis dan fleksibel, karena media baru memungkinkan penggunaannya melakukan komunikasi dua arah.

Kehadiran media baru (*new media*) terdapat beberapa perubahan terkait munculnya media baru, seperti adanya teknologi digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek, peningkatan dalam interaktivitas dan konektivitas jaringan yang cukup luas, mobilisasi dan gerakan untuk mengirim dan menerima pesan, adaptasi terhadap khalayak dan publikasi, timbulnya beragam bentuk baru media ‘gateway’ yaitu perangkat yang menghubungkan jaringan komputer berbeda untuk dapat mengakses informasi melalui internet, dan pemisahan dan kaburnya dari ‘lembaga media’ (McQuail, 2011:153).

Adapun pengelompokan media baru dibagi menjadi lima kategori yang berdasar pada jenis fungsinya, konten yang dimiliki, serta konteks yang dimaksud, yaitu sebagai berikut (McQuail, 2011:156-157) : Media komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication media*), yaitu bersifat pribadi dan mudah dihilangkan. Selain itu relasi yang terbangun dan dikuatkan lebih utama dibandingkan dengan pesan atau informasi yang didapatkan. Contohnya ialah telepon, email, gadget.

Media bermain interaktif (*interactive play media*), yaitu adanya interaktivitas dan kemungkinan di dominasi pada kepuasan dalam proses dibandingkan penggunaannya. Contohnya ialah aneka game dengan basis computer, video, dan alat virtual lainnya. Media pencari informasi (*information search media*), merupakan kategorisasi yang luas dan mudah diakses. Media ini dapat menjadi sumber data dan sumber informasi, setiap pengguna dapat mengelola informasi yang tersedia. Contohnya ialah internet, *world wide web* (WWW), telepon sebagai saluran penerima informasi, teleteks siaran, pelayanan data melalui radio.

Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*), yaitu kategori ini mencakup berbagi dan bertukar informasi, ide dan pengalaman menggunakan

internet serta membangun hubungan pribadi yang aktif melalui komputer sebagai media perantara. Contohnya adalah jejaring sosial.

Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*), artinya, media yang menggunakan Internet untuk menerima atau mengunduh konten yang sebelumnya disiarkan atau didistribusikan oleh media penyiaran tradisional. Kegiatan utama ialah untuk menonton acara TV dan film, serta mendengarkan musik dan radio. Contohnya adalah streaming TV dan streaming radio.

### **2.3.3.1 Karakteristik New Media**

Apapun jenis medianya, pasti masing-masing memiliki cirikhas atau karakteristik yang melekat. Karakteristik itu berbeda satu sama lain dan juga memiliki kelebihan maupun kekurangana tergantung pengguna menggunakan media untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Perkembangan teknologi akan berinovasi dan kecanggihannya berkembang sangat pesat setiap tahunnya, seperti terciptanya sebuah istilah media baru atas terciptanya teknologi. Media baru mempunyai beberapa karakteristik yang berbeda dengan media massa atau media konvensional lainnya. Media baru memungkinkan penggunaannya berinteraksi. Proses komunikasi media baru berbeda dengan komunikasi yang dilakukan oleh media tradisional dan media massa. Media baru akan memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain atau dua arah (Pramiyanti et al, 2017:99).

McQuail (2011:43) mengemukakan fitur utama media baru adalah interaktivitas, akses ke pemirsa individu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, berbagai kegunaan sebagai karakter terbuka, dan "di mana saja" secara umum (delocatedness).

Menurut McQuail (2011:157) juga menguraikan ciri-ciri utama lainnya yang membedakan karakteristik media baru (*new media*) dengan media lama (*conventional*) berdasarkan perspektif pengguna, yakni:

- 1) Interaktivitas (*interactivity*): hal ini ditentukan oleh persentase tanggapan atau inisiatif perspektif pengguna terhadap "penawaran" dari sumber atau pengirim. Interaktivitas dalam media baru memungkinkan pengguna dapat melakukan komunikasi dua arah secara langsung.
- 2) Kehadiran sosial (*socialbility*): kehadiran sosial yang dialami oleh pengguna, dengan maksud melakukan kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan melalui media.
- 3) Kekayaan media (*media richness*): jangkauan media dapat menjembatani perbedaan kerangka referensi, memberikan petunjuk yang luas, melibatkan lebih banyak indera dan personal.
- 4) Otonomi (*autonomy*): pengguna dapat mengendalikan atas konten dan penggunaannya secara mandiri dari sumber. Hal ini, orang lain tidak dapat mengakses dan mengontrol konten yang dibagikan oleh setiap pengguna. Pengguna bertanggung jawab penuh dalam menggunakan media dan mematuhi peraturan di setiap media baru.
- 5) Unsur bermain-main (*playfulness*): digunakan untuk berbagai hiburan dan kesenangan untuk mendapatkan kepuasan.
- 6) Privasi (*privacy*): yaitu bersifat privasi dalam menggunakan media dan konten-konten yang diakses.
- 7) Personalisasi (*personalization*): konten dan penggunaan menjadi hak pribadi yang bersifat unik dan personal.

## **2.3.4 Komunikasi Politik**

### **2.3.4.1 Definisi Komunikasi Politik**

Michael Rush dan Philip Althoff mendefinisikan komunikasi politik sebagai suatu proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan

sistem-sistem politik. Proses ini terjadi secara berkesinambungan dan mencakup pola pertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan.

Rusadi Kantaprawira, memfokuskan pada kegunaanya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah.

Komunikasi politik kegiatan politik penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain, kata Maswadi Rauf (1993). Inti komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu.

Brian McNair menyatakan bahwa komunikasi politik adalah *purposeful communication about politics* yang meliputi:

- 1) Segala bentuk komunikasi yang dilancarkan oleh para politisi dan aktor-aktor politik lainnya untuk tujuan pencapaian tujuantujuan khusus.
- 2) Komunikasi yang ditunjukkan kepada aktor-aktor politik oleh orang-orang yang bukan politisi, misalnya pemilih dan kolumnis-kolumnis media massa.
- 3) Komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktivitas mereka yang dipublikasikan dan menjadi isi laporan berita, editorial dan bentuk diskusi politik lainnya di media massa.

Chaffe (1975) komunikasi politik dipahami sebagai peran komunikasi dalam proses politik. Gejala komunikasi politik, seperti dikutip Dedy Djamaludin dari Schudson bisa dilihat dari dua arah

- 1) Bagaimana insitinsi-institusi negara yang bersifat formal atau suprastruktur politik menyampaikan pesan-pesan politik kepada public
- 2) Bagaimana infrastruktur politik menyampaikan pesan-pesan politik kepada suprastruktur.

#### **2.3.4.2 Unsur Komunikasi Politik**

Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, komunikasi politik sebagai body of knowledge juga terdiri atas berbagai unsur, yakni :

##### 4) Komunikator Politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan.

##### 5) Pesan Politik

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya pidato politik, undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi, dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan.

##### 6) Saluran atau Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya

media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah, buku. Media elektronik, misalnya film, radio, televisi, video, komputer, internet. Media format kecil, misalnya leaflet, brosur, selebaran, stiker, bulletin. Media luar ruangan (*out door media*), misalnya baliho, spanduk, reklame, electronic board, bendera, jumbai, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong, iklan mobil, kalender, kulit buku, block note, pulpen, gantungan kunci dan segala sesuatu yang bisa digunakan untuk membangun citra.

7) Sasaran atau Target Politik

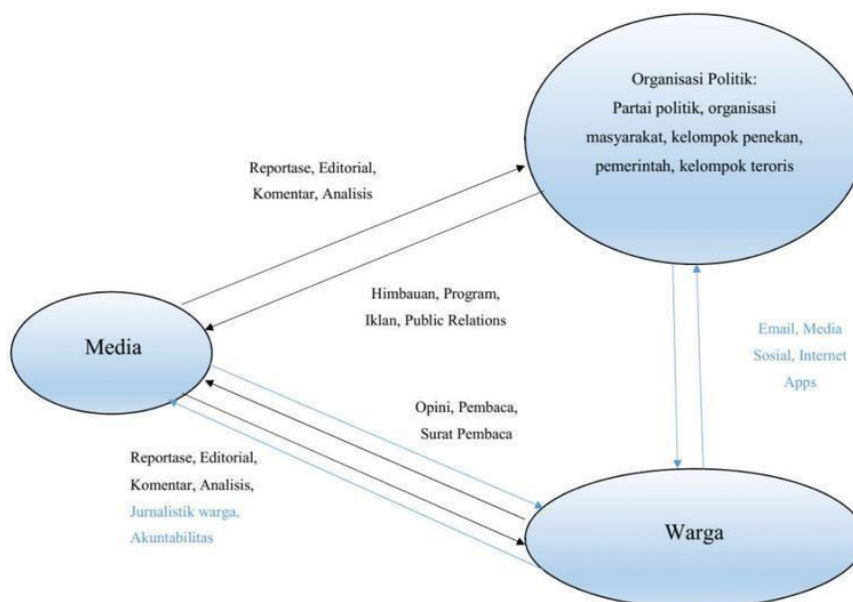
Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara (*vote*) kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, ibu rumah tangga, pensiunan, veteran, pedagang kaki lima, para tukang (kayu, batu, cukur, becak) orang cacat, mahasiswa, sopir angkutan, nelayan, dan siswa yang akan memilih setelah cukup usia

8) Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana masyarakat akan bermuara pada pemberian suara (*vote*) dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilihnya tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat presiden dan wakil presiden, anggota DPR, MPR, gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, walikota dan wakil walikota sampai pada tingkat DPRD.



**Gambar 1. 1 Model Komunikasi Politik Baru**



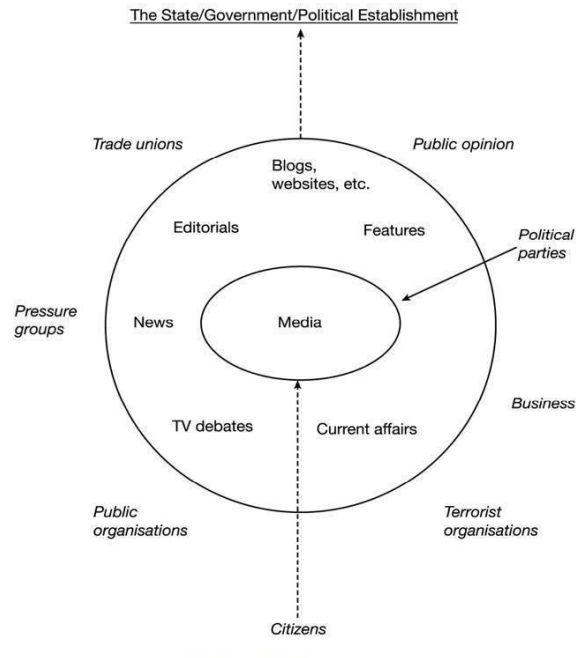
*Sumber : Pablo A. Rivero Morales (2012)*

Diagram kedua menunjukkan bahwa warga dapat berkomunikasi secara politik melalui media berupa jurnalisme warga. Warga juga dapat menyuarakan pendapat mereka dalam konteks media tradisional dan jurnalisme warga. Selain akses media, warga dapat berpartisipasi dalam komunikasi politik melalui email, media sosial, dan aplikasi Internet.

Organisasi politik, di sisi lain, dapat berkomunikasi langsung dengan pemilih daripada melalui media massa seperti televisi, radio, dan media cetak. Platform media sosial seperti situs online memungkinkan organisasi politik dan bahkan pemerintah untuk berpartisipasi dalam komunikasi politik langsung.

Munculnya media baru dan perkembangan media sosial secara dramatis mengubah cara kita berkomunikasi di arena politik. Tidak hanya spesialis komunikasi media baru ini muncul, tetapi juga kekenyangan negatif dari media baru ini.

**Gambar 1. 2 Public Sphere (Ruang Publik)**



*Sumber : McNaire (2014)*

### **2.3.4.3 Media Sebagai Institusi Politik**

Teknologi mengambil peran yang sangat penting dalam perkembangan teknologi komunikasi, dan tak dapat dipungkiri bahwa teknologi komunikasi telah mengambil porsi yang besar dalam sistem perubahan masyarakat, kemudian mendorong adanya kebutuhan akan informasi yang diproduksi secara massal dan lahirlah industri media massa yang terus berkembang hingga saat ini. Tak dapat dipungkiri bahwa media memegang peranan yang sangat penting dalam menyebarkan ideologi-ideologi yang dimiliki media tersebut. Media juga berfungsi sebagai alat kontrol aktor-aktor dalam sebuah pemerintahan, serta sebagai sebuah alat yang potensial dalam mendorong perubahan sistem sosial. Dalam hal ini media dapat mengarahkan dan memberikan pengaruh besar dalam pembentukan opini masyarakat

Melihat begitu besar peranan media dalam mempengaruhi sebuah sistem masyarakat, maka media juga akan berdampak dalam kehidupan berpolitik. Media digolongkan sebagai sebuah ancaman besar bagi kekuasaan yang akhirnya dapat mendorong adanya perlawanan terhadap sebuah rezim karena dapat mengungkapkan kebenaran terhadap sebuah pemerintahan.

Media erat kaitannya dengan sebuah institusi dalam hal ini institusi politik. Untuk memahami ini dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yakni institusionalisme sosiologis, institusionalisme historis, dan institusionalisme politik. Pada pendekatan institusionalisme politik ini menunjukkan sebuah kekuasaan dengan jelas dan menekankan pada peran kausal dari politik sebagai lembaga politik atas hasil dan proses. Media berfungsi sebagai jembatan antara berbagai kepentingan yang mengelilingi, tepat berada di tengah dan menjembatani antara kepentingan publik, pemilik, pemerintahan, ataupun institusi politik.

Adanya berbagai kepentingan, terlebih dalam hal kepentingan politik seperti yang terlihat jelas pada portal berita online yang memihak pada suatu politisi dalam hal ini seorang aktor kapitalis yang memiliki berbagai kepentingan politik, sehingga independensi dan kenetralan media lambat laun tergerus oleh adanya intervensi pemilik.

Kemampuan untuk membentuk opini publik, membuat media massa memiliki kekuasaan politik. Paling tidak, media memiliki kekuasaan untuk membawa pesan politik dan membentuk opini publik. Kemampuan ini dapat dijadikan sumber bagi media massa untuk proses tawar-menawar dengan institusi politik. Kesulitan untuk bernegosiasi dengan media massa seringkali terjadi karena ideologi politik tertentu memiliki media sendiri, tidak jarang juga media massa mengambil sikap independen dan menjadi kekuatan politik penyeimbang dari kekuatan politik. Karena itu, tidak menjadikan kejutan apabila kemunculan media massa di Tanah Air juga tidak dapat dijelaskan oleh rasionalitas ekonomis saja. Hal

ini juga erat kaitannya dengan kapitalisme. Ide, gagasan dan isu politik akan dapat dengan mudah ditransfer dan dikomunikasikan melalui media massa. Hal ini membuat kekuasaan politik tidak hanya ada di tangan partai politik, tetapi juga siapa pun yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi kebijakan publik.

Keadaan tak jauh beda pada masa Orde Baru. Media masih menjadi alat propaganda kebijakan pemerintah. Pengendalian media massa bukan semata-mata untuk menguasai media tersebut, melainkan untuk menguasai alam pikiran masyarakat tersebut.

Namun, perlu berhati-hati dalam menyimpulkan ragam ideologi yang sedang diusung sebuah media. Kepentingan pasar dan kebebasan pers seringkali berkelindan sehingga tak jelas ujung pangkalnya. Ideologi media banyak dipengaruhi sistem ekonomi, social dan politik yang berlaku. Bergantinya sistem politik mengakibatkan berganti pula dominasi ideologi media yang berkembang.

## **2.4 Kerangka Teoritis**

### **2.4.1 Definisi Efektivitas**

(Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik 2015:47) Efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian tercapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (view point) dan dapat dinilai dengan berbagai cara dan mempunyai kaitan yang erat dengan efisiensi.

Menurut Steers (dalam Sutrisno 2011:123), pada umumnya efektivitas hanya dikaitkan dengan tujuan organisasi, yaitu laba, yang cenderung mengabaikan aspek terpenting dari keseluruhan prosesnya, yaitu sumber daya manusia.

Menurut Sumanth (dalam Darsono & Siswandoko 2011:196) menjelaskan bahwa efektivitas adalah seberapa baik tujuan yang dapat di capai, merupakan

prestasi yang dicapai dibandingkan dengan yang mungkin dicapai, dengan tetap mempertahankan mutu.

Menurut Stoner (dalam Darsono & Siswandoko 2011:196) menjelaskan efektivitas adalah konsep luas mencakup berbagai faktor di dalam maupun di luar organisasi, yang berhubungan dengan tingkat keberhasilan organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan atau sasaran organisasi.

Siagian (dalam Indrawijaya 2010:175) Memberikan pengertian tentang efektivitas berkaitan dengan pelaksanaan suatu pekerjaan, yaitu : —Penyelesaian pekerjaan tepat pada waktu yang telah ditetapkan. Artinya apakah pelaksanaan Suatu tugas dinilai baik atau tidak, terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakannya, dan berapa biaya yang dikeluarkan untuk itu.

Jika dihubungkan dengan kegiatan-kegiatan pemerintah (pelaksanaan pembangunan) efektivitas yang hendak dicapai orientasinya lebih bertuju pada pengeluaran (output) bila dibandingkan dengan penggunaan masukan (input). Rumusan ini sesuai dengan penjelasan Saxena (dalam Indrawijaya 2010:176), yaitu:

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat diketahui bahwa efektivitas merupakan suatu konsep yang sangat penting karena mampu memberikan gambaran mengenai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasarannya atau dapat dikatakan bahwa efektivitas merupakan tingkat ketercapaian tujuan dari aktivasi-aktivasi yang telah dilaksanakan sebanding dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Mengacu pada penjelasan diatas, maka untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif perlu adanya harmonisasi kemampuan sumber daya dengan menggunakan sarana yang laian sehingga sasaran yang aan dicapai menjadi jelas. Pencapaian sasaran tersebut dapat dikatakan efektif apabila adanya keharmonisan.

### 2.4.1.1 Keefektifan Organisasi

(Menurut Darsono dan Siswandoko 2011:197) Suatu organisasi dapat efektif mencapai tujuan pada umumnya memiliki empat syarat yaitu: (1) majikan memberikan ruang gerak fleksibel kepada manajer, (2) manajer memiliki wewenang yang sesuai dengan tanggungjawabnya, (3) Buruh mendapat imbalan layak, dan (4) strukturnya sederhana. Keefektifan organisasi hakikatnya adalah kecepatan dan ketepatan mencapai tujuan yang dapat diuraikan berikut ini.

1. Jika tujuan suatu organisasi adalah meningkatkan produktivitas, maka cara untuk mencapai tujuan itu adalah SDM potensial
2. Jika tujuan suatu organisasi adalah meningkatkan potensi SDM maka cara untuk mencapai tujuan itu adalah adanya Diklat
3. Jika tujuan suatu organisasi adalah tersedia input maka cara untuk mencapai tujuan itu adalah tersedianya informasi yang canggih
4. Jika tujuan suatu organisasi adalah meningkatkan stabilitas, maka cara untuk mencapai tujuan itu adalah manajemen harus adaptif terhadap perubahanlingkungan. Keberhasilan organisasi pada umumnya diukur dengan konsep

Efektivitas, tetapi apa yang dimaksud dengan efektivitas, terdapat perbedaan pendapat di antara yang menggunakannya, baik dikalangan akademisi maupun di kalangan para praktisi. Sebab utama tiadanya kesamaan pendapat ini ialah karena banyaknya ukuran efektivitas yang dapat digunakan. Pandangan yang menyatakan bahwa efektivitas diukur oleh keberhasilan mencapai laba saja sangatlah berbahaya, karena akan menyebabkan organisasi yang menggunakan kriteria laba semata-mata sebagai ukuran efektivitas tidak akan dapat bertahan lama, jika organisasi itu tidak juga memerhatikan tujuan-tujuan lainnya, misalnya kebutuhan karyawan, masyarakat sekitar, dan keinginan pemerintah.

Menurut Steers (dalam Sutrisno 2011:133), pada umumnya efektivitas hanya dikaitkan dengan tujuan organisasi, yaitu laba, yang cenderung mengabaikan aspek terpenting dari keseluruhan prosesnya, yaitu sumber daya manusia. Dalam penelitian mengenai efektivitas organisasi, SDM, dan perilaku manusia seharusnya selalu muncul menjadi fokus primer, dan usaha-usaha untuk meningkatkan

efektivitas seharusnya selalu dimulai dengan meneliti perilaku manusia di tempat kerja. Selanjutnya Steers (2011) mengatakan yang terbaik dalam meneliti efektivitas ialah memerhatikan secara serempak tiga buah konsep yang saling berkaitan, yaitu:

- 1) Optimalisasi tujuan-tujuan
- 2) Perspektif sistem, dan
- 3) Tekanan pada segi perilaku manusia dalam susunan organisasi

Cara seperti ini disebut ancangan berdimensi ganda, dan lebih objektif daripada hanya menggunakan satu ancangan saja, misalnya hanya dari segi tujuan. Dengan ancangan optimalisasi tujuan-tujuan memungkinkan dikenalnya bermacam-macam tujuan, meskipun tampaknya sering saling bertentangan. Dalam kaitannya dengan optimalisasi tujuan efektivitas itu dinilai menurut ukuran seberapa jauh suatu organisasi berhasil mencapai tujuan-tujuan yang layak dicapai yang satu sama lain saling berkaitan.

Yang dimaksud dengan ancangan sistem ialah menggunakan sistem terbuka, yaitu pandangan terhadap organisasi yang saling berkaitan dan berhubungan dengan lingkungannya. Dengan ancangan ini perhatikan lebih diarahkan pada persoalan-persoalan mengenai saling hubungan, struktur, dan saling ketergantungan satu sama lain. Sistem ini mencaup tiga komponen, ialah input, process, dan output. Sebagai sistem, suatu organisasi menerima input dari lingkungannya, kemudian memprosesnya, dan selanjutnya memberikan output kepada lingkungannya. Tanpa adanya input dari lingkungan, suatu organisasi akan mati. Demikian juga, tidak memberikan output kepada lingkungannya, suatu organisasi akan mati. Jadi efektivitas tidak hanya dilihat dari segi tujuan semata-mata, melainkan juga dari segi sistem.

Ketiga, ialah perilaku manusia dalam organisasi. Ancangan ini digunakan karena atas dasar realitanya bahwa tiap-tiap organisasi dalam mencapai tujuannya selalu menggunakan perilaku manusia sebagai alatnya. Justru karena faktor manusianya itulah suatu organisasi dapat efektif, tetapi juga faktor manusianya lah suatu organisasi tidak efektif.

### **2.4.1.2 Penilaian Efektivitas Organisasi**

(Menurut Indrawijaya 2010:188) berdasarkan pembahasan mengenai perkembangan teori, pandangan dan konsepsi penilaian efektivitas organisasi, dapatlah disimpulkan beberapa hal:

1. Menentukan efektivitas organisasi hanya menurut tingkat prestasi suatu organisasi adalah suatu pandangan yang terlalu menyederhanakan hakikat penilaian efektivitas organisasi. Kita mengetahui bahwa tiap organisasi mempunyai beberapa sasaran dan diantaranya sering terdapat persaingan. Persoalannya ialah bagaimana caranya mengembangkan suatu rangkaian atau kumpulan sasaran yang dapat dicapai dengan batasan sarana, sumberdaya, dan dana yang tersedia
2. Tidak semua criteria sekaligus dapat digunakan untuk mengukur efektivitas organisasi. Keinginan untuk meningkatkan keuntungan, umpamanya, dapat menyebabkan seseorang terlalu optimis dalam hal potensi pemasaran. Ini sering menyebabkan timbulnya efek sampingan, yaitu kurangnya perhatian terhadap usaha mempertahankan kelangsungan hidup organisasi perusahaan.
3. Pengukuran efektivitas organisasi sesungguhnya harus mencakup berbagai criteria, seperti: efisiensi, kemampuan menyesuaikan diri dengan tuntutan perubahan adaptasi, integrasi, motivasi dan produksi dan sebagainya. Cara pengukuran seperti ini sering disebut —multiplefactor model penilaian efektivitas organisasi.

### **2.4.1.3 Pengukuran Efektivitas Organisasi**

Menurut Campbell (dalam Batinggihan Ahmad 2013:207) ada 19 butir untuk mengukur efektivitas :



1. Efektivitas Keseluruhan :Sejauh mana organisasi melaksanakan seluruh tugas pokoknya atau mencapai semua sasarannya. Penilaian umum dengan sebanyak mungkin criteria tunggal dan menghasilkan penilaian yang umum mengenai efektivitas organisasi.
2. Kualitas :Kualitas dari jasa atau produk primer yang dihasilkan oleh organisasi. Ini mungkin mempunyai banyak bentuk operasional, terutama ditentukan oleh jenis produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi.
3. Produktivitas :Kualitas atau volume dari produk atau jasa pokok yang dihasilkan organisasi. Dapat diukur menurut tiga tingkatan: tingkat individual, kelompok, dan keseluruhan organisasi. Ini bukan ukuran efisiensi, tidak ada perhitungan nisbah biaya dan keluaran.
4. Kesiagaan :Penilaian menyeluruh sehubungan dengan kemungkinan bahwa organisasi mampu menyelesaikan sesuatu tugas khusus dengan baik jika diminta.
5. Efisiensi :Nisbah yang mencerminkan perbandingan beberapa aspek prestasi unit terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut.
6. Laba atau Penghasilan :Penghasilan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan organisasi dilihat dari sudut pandangan si pemilik. Jumlah dari sumber-sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi, kadang-kadang dinyatakan dalam persentase.
7. Pertumbuhan :Penambahan dalam hal-hal seperti tenaga kerja, fasilitas pabrik, harga, penjualan, laba, bagian pasar, dan penemuan-penemuan baru. Suatu perbandingan antara keadaan organisasi seharga dengan keadaan masa lalunya.
8. Pemanfaatan Lingkungan :Batas keberhasilan organisasi berinteraksi dengan lingkungannya, memperoleh sumber daya yang langka dan berharga yang diperlukannya untuk operasi yang efektif. Hal ini dipandang dari rencana jangka panjang yang optimal dan bukan dalam rencana jangka pendek yang maksimal. Contohnya adalah tingkat

keberhasilannya memperoleh suplai sumber daya manusia dan keuangan secara mantap.

9. Stabilitas : Pemeliharaan struktur, fungsi, dan sumber daya sepanjang waktu, khususnya dalam periode-periode sulit.
10. Perputaran atau Masuknya pekerja : Frekuensi atau jumlah pekerja dan yang keluar atas permintaan sendiri.
11. Kemangkiran : Frekuensi kejadian-kejadian pekerja bolos dari pekerjaan.
12. Kecelakaan : Frekuensi dalam pekerjaan yang berakibat kerugian waktu turun mesin atau waktu penyembuhan/perbaikan.
13. Semangat : Kecenderungan anggota organisasi kerja berusaha lebih keras mencapai tujuan dan sasaran organisasi, termasuk perasaan terikat. Semangat kerja adalah gejala kelompok yang melibatkan usaha tambahan, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki. Kelompok jadi bersemangat, sedang perorangan bermotivasi dan puas. Implikasi semangat adalah bagian dari gejala kelompok.
14. Motivasi : Kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang diarahkan sasarannya dalam pekerjaan. Ini bukanlah perasaan seorang yang relative terhadap hasil berbagai pekerjaan sebagaimana halnya kepuasan, tetapi lebih merupakan perasaan sedia atau rela bekerja untuk mencapai tujuan pekerjaan.
15. Kepuasan : Tingkat kesenangan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi. Tingkat rasa puas individu bahwa mereka mendapat imbalan yang setimpal dari bermacam-macam aspek situasi pekerjaan dan organisasi tempat mereka berada.
16. Penerimaan Tujuan Organisasi : Diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap pribadi dan oleh unit-unit dalam organisasi. Kepercayaan mereka bahwa tujuan organisasi tersebut benar dan layak.
17. Kepaduan – Konflik-konflik – Kelompok : Dimensi berkutub dua : Kutub kepaduan adalah fakta bahwa para anggota organisasi saling menyukai satu sama lain, bekerja sama dengan baik, berkomunikasi

sepenuhnya dan secara terbuka, dan mengoordinasi usaha kerja mereka. Pada kutub yang lain terdapat organisasi penuh pertengkaran, baik dalam bentuk kata-kata maupun secara fisik, koordinasi yang buruk, dan komunikasi tidak efektif.

18. Keluwesan Adaptasi :Kemampuan sebuah organisasi berkaitan dengan prosedur standar operasinya jika lingkungannya berubah, untuk mencegah kebekuan terhadap rangsangan lingkungan.
19. Penilaian oleh Pihak Luar :Penilaian mengenai organisasi atau unit organisasi oleh mereka (individu atau organisasi) dalam lingkungannya, yaitu pihak-pihak dengan siapa organisasi ini berhubungan. Kesetiaan, kepercayaan, dan dukungan yang diberikan kepada organisasi oleh kelompok-kelompok seperti penyuplai pelanggan, pemegang saham, para petugas, dan masyarakat umum.

#### **2.4.1.4 Indikator Efektivitas**

Keberhasilan organisasi pada umumnya diukur dengan konsep efektivitas. Menurut Steers (dalam Sutrisno, 2011: 149), pada umumnya efektivitas dikaitkan dengan tujuan organisasi , yaitu laba, yang cenderung mengabaikan aspek terpenting dari keseluruhan prosesnya, yaitu sumber daya manusia.

Hal-hal yang diperhatikan agar dapat mencapai efektivitas organisasi, baik untuk jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria yang menjadi ukuran efektivitas organisasi, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Produksi (Production)**

Produksi barang maupun jasa menggambarkan kemampuan organisasi untuk memproduksi barang ataupun jasa yang sesuai dengan permintaan lingkungannya. Ukuran produksi ini akan meliputi keuntungan penjualan, jangkauan pasar, pelanggan yang dilayani dan sebagainya.

## 2. Efisiensi (Efficiency)

ini berhubungan secara langsung dengan keluaran yang dikonsumsi oleh pelanggan. Agar organisasi bisa survival perlu memperhatikan efisiensi. Efisiensi diartikan sebagai perbandingan (rasio) antara keluaran dengan masukan. Ukuran efisiensi melibatkan tingkat laba, modal atau harga, biaya per unit, penyusutan, depresiasi, dan sebagainya. Pernyataan perbandingan antara keuntungan dan biaya. Organisasi sudah bertindak realistis bahwa keuntungan harus disesuaikan dengan kekuatan sumber daya. Kelemahan sumber daya, tekanan lingkungan, dan kesempatan lingkungan.

## 3. Kepuasan (Satisfaction)

Banyak manajer berorientasi pada sikap untuk dapat menunjukkan sampai seberapa jauh organisasi dapat memenuhi kebutuhan para karyawannya, sehingga mereka merasakan kepuasan dalam bekerja. Hal ini dilaukan manajer dengan pencarian keuntungan yang optimal. Yang dimaksud optimal yaitu pencapaian tujuan yang disesuaikan dengan kondisi organisasi demi kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan adaptasi.

## 4. Adaptasi (Adaptiveness)

Kemampuan adaptasi adalah sampai seberapa jauh organisasi mampu menerjemahkan perubahan-perubahan intern dan ekstern yang ada, kemudian akan ditanggapi oleh organisasi yang bersangkutan. Kemampuan adaptasi ini sifatnya lebih abstrak dibanding dengan masalah yang lain seperti produksi, keuangan, efisiensi, dan sebagainya. Walaupun sifatnya lebih abstrak, tetapi bisa diamati dari hasil penelitian. Jika organisasi tidak bisa menyesuaikan diri, maka kelangsungan hidup bisa terancam. Manajemen dapat membuat kebijakan yang dapat merangsang kesiapan terhadap perubahan.

Untuk mendukung keberhasilan implementasi perubahan, paling tidak perlu didasari bahwa harus ada ketidakpuasan terhadap kondisi saat ini. Dengan adanya perubahan diharapkan organisasi bisa berkembang.

#### 5. Perkembangan (development)

Perkembangan merupakan suatu fase setelah kelangsungan hidup terus (survive) dalam jangka panjang. Untuk itu organisasi harus bisa memperluas kemampuannya, sehingga bisa berkembang dengan baik dan sekaligus akan dapat melewati fase kelangsungan hidupnya. Usaha pengembangan kemampuan tersebut seperti program pelatihan bagi karyawan. Dari pengembangan kemampuan organisasi diharapkan dapat mengembangkan organisasinya baik untuk ini maupun untuk masa yang akan datang.

Adapun Menurut Duncan (Steers 1985:53) berpendapat bahwa ada tiga indikator dalam mengukur efektivitas, yaitu :

##### 1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, baik dalam arti pentahapan penyampaian tujuan bagaimana-bagaimanya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu : (1) Kurun waktu yang ditentukan. (2) Sasaran yang merupakan target kongkrit. Dan, (3) Dasar Hukum.

##### 2. Integritas

Integritas yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi dimana terdiri dari beberapa faktor, yaitu : (1) Prosedur (2) Proses Sosialisasi.

### 3. Adaptasi (*Adaptiveness*)

Kemampuan adaptasi sebagai kriteria efektivitas mengacu kepada tanggapan organisasi terhadap perubahan eksternal dan internal. Kemampuan adaptasi ini memiliki sifat lebih abstrak disbanding dengan masalah yang lain seperti produksi, keuangan, efisiensi, dan sebagainya. Untuk mendukung keberhasilan implementasi perubahan, tidak perlu disadari bahwa harus ada ketidak puasan terhadap kondisi saat ini. Dengan adanya perubahan diharapkan organisasi bisa berkembang. Ringkasnya, untuk mencapai efektivitas terdapat 3 indikator yang perlu diperhatikan.

Adapun kriteria untuk mengukur suatu efektivitas menurut Martini dan Lubis (1987:55) yang dapat digunakan yaitu:

- 1) Pendekatan sumber. Yakni mengukur efektivitas dari input. Pendekatan mengutamakan adanya keberhasilan program untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun non fisik yang sesuai dengan kebutuhan program.
- 2) Pendekatan proses. Adalah untuk melihat sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
- 3) Pendekatan sasaran. Dimana pusat perhatian output, mengukur keberhasilan program untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana.

## **2.4.2 E-Voting**

### **2.4.2.1 Definisi E-voting**

Pemungutan suara elektronik adalah penggunaan perangkat elektronik untuk memberikan suara dalam pemilihan dan penghitungan suara. Tujuan pemungutan suara elektronik adalah untuk melakukan pemungutan suara dengan cara yang hemat biaya dan untuk menghitung suara dengan cepat menggunakan sistem yang

aman dan mudah diaudit. Pemungutan suara elektronik akan memungkinkan penghitungan surat suara lebih cepat, biaya pencetakan surat suara lebih rendah, pemungutan suara lebih mudah, dan penggunaan berulang dalam pemilihan umum dan lokal.

Menurut Badan Pengkajian dan Pengembangan Teknologi (BPPT) sistem electronic voting (*e-voting*) adalah sebuah sistem yang memanfaatkan perangkat elektronik dan mengolah informasi digital untuk membuat surat suara, memberika suara, menghitung perolehan suara, menayangkan perolehan suara, memelihara dan menghasilkan jejak audit.

#### **2.4.2.2 Manfaat E-voting**

Penerapan *e-voting* diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang timbul dari pemira yang diadakan secara konvensional. Riera dan Brown, de Vuyst dan Fairchild menawarkan manfaat berikut yang dapat dicapai saat menerapkan pemungutan suara elektronik:

(<http://smartmaticindonesiaevotingproject.blogspot.co.id/>)

1. Mempercepat penghitungan suara
2. Hasil penghitungan suara lebih akurat
3. Menghemat bahan cetakan untuk kertas suara
4. Menghemat biaya pengiriman kertas suara
5. Menyediakan akses yang lebih baik bagi kaum yang mempunyaiketerbatasan fisik (cacat)
6. Menyediakan akses bagi masyarakat yang mempunyai keterbatasan waktu untuk mendatangi tempat pemilihan suara (TPS)
7. Kertas suara dapat dibuat ke dalam berbagai versi bahasa
8. Menyediakan akses informasi yang lebih banyak berkenaan dengan pilihansuara
9. Dapat mengendalikan pihak yang tidak berhak untuk memilih misalnya karena di bawah umur atau melebihi umur pemilih yang telah diatur.

### 2.4.2.3 Metode E-voting

Pelaksanaan pemilihan umum pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua metode: prosedur berbasis kertas tradisional dan pemungutan suara elektronik berdasarkan teknologi online. Pemungutan suara elektronik berbasis online dapat dilakukan dengan beberapa cara. Menurut BPPT :

1. Sistem pemindaian optik. Sistem ini dilakukan dengan cara kertas diberikan kepada para pemilih kemudian hasilnya direkam dan dihitung secara elektronik. Metode ini harus menyediakan surat suara yang dapat dipindai dengan optik dan membutuhkan rancangan yang rumit dan biaya mahal. Disamping itu, tanda yang melewati batas kotak marka suara dapat menyebabkan kesalahan penghitungan oleh mesin pemindai. Sistem ini biasa disebut sebagai *e-counting*.
2. Sistem Direct Recording Electronic (DRE). Metode ini para pemilih memberikan hak suaranya melalui komputer atau layar sentuh atau panel/papan suara elektronik. Kemudian hasil pemungutan suara disimpan di dalam memori di TPS dan dapat dikirimkan baik melalui jaringan maupun offline ke pusat penghitungan suara nasional. Para pemilih masih diwajibkan untuk datang ke TPS namun data penghitungan suara sudah dapat disimpan dan diproses secara realtime dan online.
3. Internet voting. Pemilih dapat memberikan hak suaranya dari mana saja secara online melalui komputer yang terhubung dengan jaringan di mana pemungutan suara di TPS langsung direkam secara terpusat. Metode ini membutuhkan jaringan komunikasi data yang berpita lebar dan keamanan yang handal.

### 2.4.2.4 Prinsip E-voting

Selain prinsip luber rdan Jurdil yang ada dalam sistem pemungutan suara saat ini, agar pemungutan suara elektronik dapat dilakukan secara efektif dan memberikan hasil penghitungan suara yang dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat(<http://smartmaticindonesiaevotingproject.blogspot.co.id/>)

Pelaksanaan voting elektronik harus didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:



1. *Eligibility and Authentication* (Kelayakan dan Otentikasi ) pemilih hanya berwenang harus dapat memilih;
2. *Uniqueness* (Keunikan) pemilih hanya dapat memilih satu;
3. *Accuracy* (Ketepatan) sistem pemilu harus mencatat suara dengan benar;
4. *Integrity* (Integritas) orang seharusnya tidak dapat diubah, ditempa, atau dihapus tanpa deteksi;
5. *Reability* (Keandalan) sistem pemilu harus bekerja kokoh, tanpa kehilangan apapun orang, bahkan dalam menghadapi berbagai kegagalan, termasuk kegagalan mesin voting dan kerugian total komunikasi Internet;
6. *Secrecy* (Kerahasiaan) tidak ada yang harus dapat menentukan bagaimana setiap individu sebagai, dan pemilih tidak dapat membuktikan bagaimana mereka sebagai (yang akan memfasilitasi penjualan orang atau paksaan);
7. *Flexibility* (Keluwesannya) peralatan pemilu harus memungkinkan untuk berbagai format suara pertanyaan (misalnya, menulis-di calon, pertanyaan survei, beberapa bahasa); kompatibel dengan berbagai platform standar dan teknologi; dan dapat diakses oleh penyandang cacat;
8. *Convenience* (Kenyamanan) pemilih harus dapat memberikan suara cepat dengan peralatan minim atau keterampilan;
9. *Certifiability* (Sertifikasi) sistem pemilu harus diuji sehingga pejabat terpilih memiliki keyakinan bahwa mereka memenuhi kriteria yang dibutuhkan;
10. *Transparency* (Transparansi) pemilih harus mampu memiliki pengetahuan umum dan pemahaman tentang proses pemungutan suara; dan
11. *Cost-effectiveness* (Efektivitas biaya) sistem pemilu harus terjangkau dan efisien (*Internet Policy Institute, 2001*).

Selanjutnya Dewan Eropa yang berkedudukan di Perancis membagi aspek- aspek penting yang harus dipersiapkan sebelumnya jika akan menerapkan e- voting, yang meliputi.

- 1) Aspek prinsip meliputi (1) pemilih diverifikasi jejak audit kertas, (2) untuk mengakhiri verifikasi,.
- 2) Aspek umum meliputi :(1) kepercayaan (2) debat publik, dan (3) aksesibilitas.
- 3) Aspek teknik meliputi (1) perangkat lunak berlisensi atau open source, (2) identifikasi dan autentifikasi pemilih, (3) menghilangkan keterhubunga

antara kandidat dan pemilih, (4) perancangan kertas suara secara elektronik, (5) Konfirmasi pemilih, dan (6) periode pemungutan suara.

Prinsip-prinsip dan aspek-aspek di atas harus dipenuhi sebelum *e-voting* diterapkan di Indonesia. Mahkamah Konstitusi RI pun sudah memberikan prasyarat terhadap hal ini walaupun belum serinci prinsip dan aspek di atas. Dibuktikan dengan dikabulkannya uji materi UU Nomor 32 tahun 2004 tentang tentang Pemeritahan Daerah yang tak memungkinkan *e-voting* untuk pilkada karena Pasal 88 hanya membolehkan mencoblos, yang diajukan oleh Bupati Jembrana, Prof Dr Drg I Gede Winasa, bersama 20 kepala dusun. MK mengabulkan *e-voting* dengan catatan, yaitu terpenuhinya syarat kumulatif dengan tidak melanggar lima asas pemilu: *luber dan jurdil*. Dimana :

1) Langsung

Rakyat sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya, tanpa perantara. Artinya Makna kata langsung dalam Pemilihan Kepala Desa adalah pemilihan dilakukan secara langsung oleh masyarakat desa tanpa adanya perantara dalam memberikan hak suaranya.

2) Umum

Pemilihan yang bersifat Umum mengandung makna menjamin kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua Warga Negara, tanpa diskriminasi berdasarkan suku agama, ras dan golongan, jenis kelamin kedaerahan, pekerjaan, dan status sosial. Artinya dalam konteks Pemilihan Kepala Desa pemilih atau masyarakat desa semuanya berkesmpatan ntuk menyalurkan hak suaranya tanpa ada diskriminasi berdasarkan suku, agama, ras dan golongan, jenis kelamin kedaerahan, pekerjaan, dan status sosial, Maka semua masyarakat desa memiliki hak yang sama.

3) Bebas

Setiap Warga Negara yang berhak memilih bebas menentukan pilihan tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun. Dalam melaksanakan haknya setiap Warga Negara dijamin Keamanannya sehingga dapat memilih sesuai dengan kehendak hati nurani dan kepentingannya. Artinya dalam konteks Pemilihan Kepala Desa setiap pemilih atau masyarakat berhak

menentukan pilihan tanpa ada intimidasi dari siapapun dan memilih Calon Kepala Desa sesuai dengan hati nurani.

4) **Rahasia**

Dalam memberikan suara, pemilih dijamin dan dipilihnya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun. Pemilih memberikan suara pada suara dengan tidak diketahui oleh orang lain. Artinya dalam konteks Pemilihan Kepala Desa pemberian suara itu harus bersifat rahasia tidak ada yang mengetahui siapa yang akan dipilih dan tidak ada yang tau apa yang dia pilih.

5) **Jujur**

Dalam penyelenggaraan pemilihan Kepala Desa, serta semua pihak yang terlibat secara tidak langsung, harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan Peraturan Perundang Undangan yang berlaku.

6) **Adil**

Dalam penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa setiap pemilih mendapatkan perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

Selain itu, daerah yang menerapkan harus siap dari sisi teknologi, pembiayaan, sumber daya manusia, perangkat lunak, serta masyarakatnya siap.

### 2.4.2.5 Alur Penggunaan E-voting

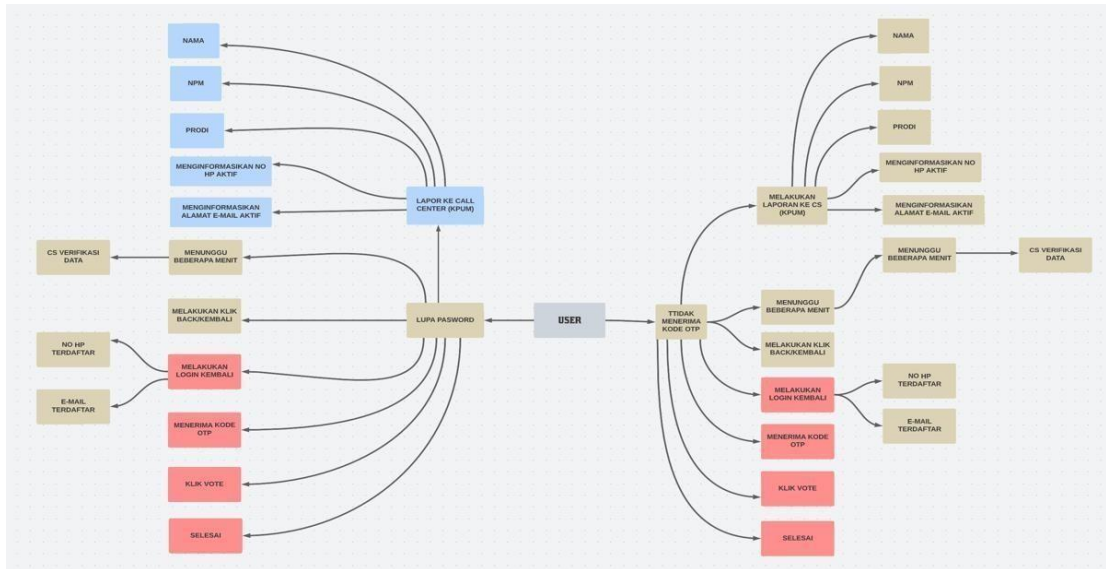
**Gambar 2. 1 Alur Penggunaan E-voting**



Sumber : IT FISIP UNPAS 2021

### 2.4.2.6 Alur Pelaporan E-voting

Gambar 2. 2 Alur Pelaporan E-voting



Sumber : IT FISIP UNPAS 2021

### 2.4.3 Pemilihan Raya (PEMIRA)

Undang-Undang Mahasiswa No.1 tahun 2021 FISIP UNPAS PEMIRA adalah ajang untuk melaksanakan regenerasi atau pergantian kepengurusan di organisasi kemahasiswaan terutama kepengurusan Badan Eksekutif Mahasiswa, Dewan Perwakilan Mahasiswa dan Himpunan Mahasiswa Jurusan.

PEMIRA merupakan singkatan dari Pemilihan Raya atau apabila lingkupnya nasional biasa di sebut PEMILU atau Pemilihan Umum. PEMIRA ini adalah suatu ajang Pesta Demokrasi yang diadakan di Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia. PEMIRA ini juga adalah gambaran dari sistem Demokrasi yang ada di Indonesia.

PEMIRA dilakukan 1 tahun sekali yang bertujuan untuk mencari regenerasi penggerak pergerakan kampus. dalam beberapa kasus PEMIRA dilakukan untuk pemilihan Ketua BEM/Presiden Mahasiswa dan Anggota Majelis/Dewan Permusyawaratan Mahasiswa yang merupakan badan resmi/legal di kampus yang berada langsung dibawah naungan perguruan tinggi terkait. organisasi ini yang nantinya akan menyampaikan aspirasi mahasiswa ke para petinggi perguruan tinggi agar fungsi dan tujuan perguruan tinggi terkait tercapai.

Asas Pemira :

1. "Langsung" berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya secara langsung dan tidak boleh diwakilkan.
2. "Umum" berarti pemilihan umum dapat diikuti seluruh warga negara yang sudah memiliki hak menggunakan suara.
3. "Bebas" berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya tanpa adapaksaan dari pihak manapun.
4. "Rahasia" berarti suara yang diberikan oleh pemilih bersifat rahasiahanya diketahui oleh si pemilih itu sendiri.

Undang-Undang Mahasiswa No.1 tahun 2021, Menimbang :

- 1) Bahwa Pemilihan Umum Raya Mahasiswa merupakan sarana untuk mewujudkan kedaulatan dalam kehidupan berdemokrasi di kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang berdasarkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, sebagaimana diamanatkan dalam Keputusan Musyawarah Besar XI Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Tahun 2005;
- 2) Bahwa untuk pemilihan dan pengangkatan pengurus Lembaga Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan perlu ditetapkan Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa,

Presiden dan Wakil Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa, dan Gubernur Himpunan Jurusan terpilih dengan mandat penuh untuk memilih dan mengangkat Ketua Dewan Perwakilan Mahasiswa, Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa dan Anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan.

- 3) Bahwa Pemilihan Umum Raya Mahasiswa wajib menjamin tersalurkannya suara mahasiswa secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil;
- 4) Bahwa dalam rangka penanggulangan penyebaran Coronavirus disease 2019 (COVID19) sebagai bencana nasional perlu diambil kebijakan dan langkah-langkah luar biasa oleh Kelembagaan Mahasiswa di tingkat Universitas maupun di tingkat Fakultas dalam rangka pelaksanaan PEMIRA FISIP UNPAS tahun 2021 agar pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Mahasiswa FISIP UNPAS serta Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa FISIP UNPAS dan/atau Pimpinan Kelembagaan tetap dapat berlangsung secara demokratis dan berkualitas serta untuk menjaga stabilitas politik kampus;
- 5) Bahwa dalam Undang-Undang Mahasiswa FISIP UNPAS Nomor 1 tentang Pemilihan Raya FISIP Universitas Pasundan, pelaksanaan PEMIRA FISIP UNPAS masih bersifat offline atau luring (luar jaringan), maka dari itu perlu dilakukan mekanisme PEMIRA secara online atau daring (dalam jaringan) yang bisa diakses oleh mahasiswa dimanapun tanpa harus datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) atau ke kampus;
- 6) Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf d dan huruf e, perlu dilakukan perubahan atas beberapa ketentuan dalam Undang- Undang Mahasiswa FISIP UNPAS Nomor 1 tentang Pemilihan Raya Mahasiswa FISIP UNPAS;
- 7) Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, dan huruf f perlu

membentuk Undang- Undang Tentang Pemilihan Umum Raya Mahasiswa;

## 2.5 Kerangka pemikiran

Secara Umum keberhasilan efektifitas organisasi dapat dilihat dari sejauh mana pelaksanaan suatu pekerjaan, penggunaan sumber daya, dan hasil akhir atau penyelesaian dari pekerjaan yang dilaksanakan. Adapun Indikator atau kriteria yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas suatu organisasi baik jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang untuk mengukur / memahami permasalahan yang diteliti maka dapat digunakan indikator efektivitas organisasi menurut Steers yaitu :

### 1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, baik dalam arti pentahapan penvapaiyan tujuan bagaimana-bagaimananya. Pncapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu : (1) Kurun waktu yang ditentukan. (2) Sasaran yang merupakan target kongkrit. Dan, (3) Dasar Hukum.

### 2. Integritas

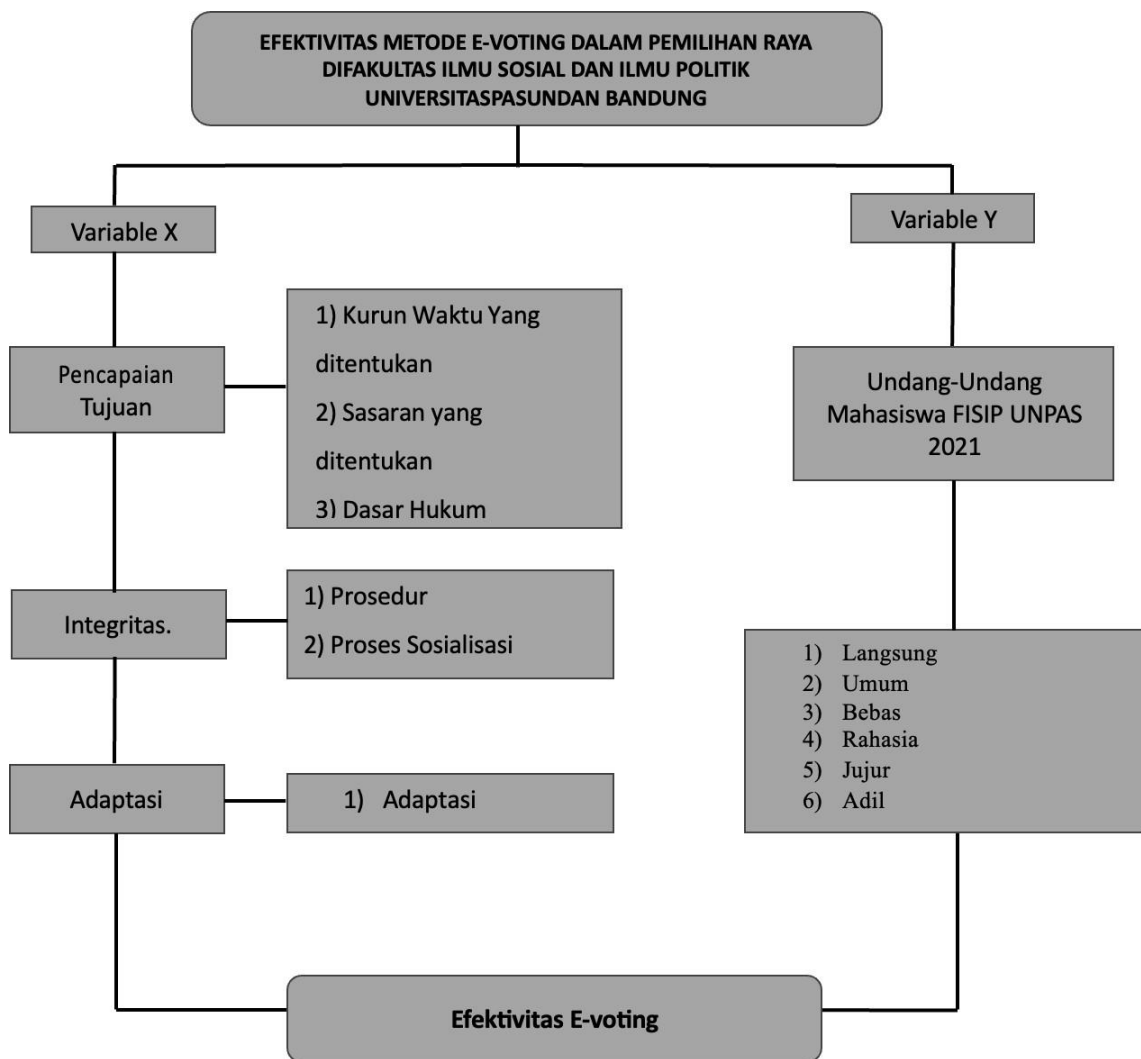
Integritas yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi dimana terdiri dari beberapa faktor, yaitu : (1) Prosedur (2) Proses Sosialisas

### 3. Adaptasi (*Adaptiveness*)

Kemampuan adaptasi sebagai kriteria efektivitas mengacu kepada tanggapan organisasi terhadap perubahan eksternal dan internal. Kemampuan adaptasi ini memiliki sifat lebih abstrak dibanding dengan masalah yang lain seperti produksi, keuangan, efisiensi, dan sebagainya. Untuk mendukung keberhasilan implementasi perubahan, tidak perlu disadari bahwa

harus ada ketidakpuasan terhadap kondisi saat ini. Dengan adanya perubahan diharapkan organisasi bisa berkembang. Ringkasnya, untuk mencapai efektivitas terdapat 3 indikator yang perlu diperhatikan. Sebagaimana digambarkan pada kerangka pikir dibawah ini

**Tabel 2. 1 Kerangka Pikir**



*Sumber : Modifikasi Peneliti*



## 2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari masalah atau sub masalah yang secara teori telah ada di dalam kerangka pemikiran dan masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Dengan adanya uji hipotesis peneliti bisa menolak atau menerima hipotesis yang diajukan. Berdasarkan definisi diatas peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Sistem E-voting efektif digunakan sebagai media pemilihan pada pemilihan raya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

H0 = Sistem E-voting tidak efektif digunakan sebagai media pemilihan pada pemilihan raya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.