

PENGARUH PESAN FILM *DIRTY VOTE* DALAM YOUTUBE TERHADAP PERILAKU MEMILIH MAHASISWA UNIVERSITAS DJUANDA PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024

Undang Suryatna¹, Sukarelawati², Saepul Hayat³

Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Djuanda, Jl. Tol Ciawi No.1 Kotak Pos 35 Bogor 1672
Email : hayatsaepull43@gmail.com

ABSTRAK

Selain digunakan sebagai sarana menonton hiburan, film juga digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas yang dikemas secara menarik dalam bentuk audio visual. Sebuah film dokumenter muncul pada masa tenang pemilu dalam waktu 24 jam setelah dipublikasikan, film *Dirty Vote* mencatat lebih dari 4,3 juta penonton. sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Peneliti menggunakan teori Dependensi Media Massa untuk mengetahui seberapa besar media massa dapat mempengaruhi kognitif, afektif dan behavioral mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Pesan Film *Dirty Vote* terhadap Perilaku Memilih mahasiswa pada pemilihan presiden 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menerapkan teknik random sampling. dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data jumlah penonton film *Dirty Vote* berumur 17-30 Tahun. Dengan jumlah populasi sebanyak 100 responden. Dengan melakukan penelitian dengan menggunakan skala likert.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa persamaan yang diperoleh adalah $Y = 0,636 + 0,539X$. Jika $X = 0,01$, maka nilai Y akan menjadi 1,175. Konstanta 0,636 menunjukkan adanya pengaruh positif antara Pesan Film *Dirty Vote* dan perilaku memilih. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 71,3% variasi dalam perilaku memilih dapat dijelaskan oleh variabel Pesan Film *Dirty Vote*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Uji T menunjukkan bahwa t hitung = 15,614 lebih besar dari t tabel = 1,661, dengan tingkat signifikansi $\text{sig} = 0,000$ lebih kecil dari 0,1, yang mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pesan Film *Dirty Vote* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku memilih mahasiswa Universitas Djuanda Bogor.

Kata Kunci: Pesan Film, Perilaku Memilih, YouTube, Dirty VOTE

PENDAHULUAN

Film selain digunakan sebagai sarana menonton hiburan, film juga digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas yang dikemas secara menarik dalam bentuk audio visual. Menurut Vera (2014), Film dianggap sebagai komunikasi massa karena memanfaatkan media untuk mencapai audiens dalam jumlah besar, tersebar secara luas, dan menjangkau penonton dengan beragam latar belakang, sehingga mampu menciptakan dampak yang signifikan (Ramadhan dan Herman, 2021).

Film biasanya dapat ditonton melalui berbagai media, seperti bioskop, dan melalui berbagai platform streaming online, salah satunya yaitu YouTube. Pada awal tahun 2024, Nielsen merilis data mengenai platform streaming yang paling populer. YouTube mendominasi sebagai platform paling banyak digunakan untuk streaming video di Amerika Serikat, diikuti oleh Netflix di posisi kedua. Menurut laporan Nielsen, total penonton yang menggunakan layanan streaming mencapai 36%. YouTube menyumbang 8,6% dari total tersebut, sedangkan Netflix mengikuti dengan 7,9%. Ini merupakan kali ke-12 YouTube menjadi platform streaming teratas. Dengan kontribusi platform lain hanya sekitar 5% dari pangsa pasar, Netflix dan YouTube menjadi dominan di AS (Kompas.com, 2024).

Melalui kanal YouTube PSHK (Pusat Studi Hukum dan Kebijakan) Indonesia, sebuah film dokumenter berjudul *Dirty Vote* dirilis. Film ini mengangkat isu kecurangan dalam Pemilu Presiden 2024 di Indonesia selama masa tenang. Dengan durasi 1 jam 57 menit, film ini menampilkan tiga ahli hukum tata negara yang mengulas berbagai jenis kecurangan yang terdeteksi selama proses pemilu tersebut. Penayangan perdana film ini diadakan pada 11 Februari 2024 pukul 11.11 WIB. Pakar hukum yang menjadi narasumber tersebut yaitu Zainal Arifin Mochtar, Bivitri Susanti, dan Feri Amsari. Dandhy Dwi Laksono, seorang jurnalis investigasi yang

sering mengkritik kebijakan pemerintah bertindak sebagai sutradara film "*Dirty Vote*".

Penulis tertarik untuk meneliti film *Dirty Vote* karena film ini dirilis pada masa tenang pemilu dan telah ditonton lebih dari 1,5 juta kali dalam 10 jam pertama setelah tayang di YouTube. Pada Senin, 12 Februari 2024. Tepat sehari setelah diunggah, *Dirty Vote* telah menarik lebih dari 4,3 juta penonton (Suara.com, 2024). Data terbaru menunjukkan jumlah Penonton film *Dirty Vote* pada tanggal 16 Maret 2024 mengalami peningkatan yaitu terhitung sebanyak 9.835.246 x (*Dirty Vote*, 2024).

Peneliti mengambil mahasiswa sebagai subjek penelitian dikarenakan mahasiswa memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang situasi politik di Indonesia. Selain itu, film *Dirty Vote* juga menjadi perbincangan serta topik diskusi mahasiswa mengenai proses berjalannya pemilihan presiden 2024 di kalangan para mahasiswa khususnya di Universitas Djuanda Bogor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan teknik random sampling untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin. Fokus penelitian ini adalah mengumpulkan data tentang jumlah penonton film "*Dirty Vote*" dalam rentang usia 17-30 tahun, dengan total populasi sebanyak 100 responden. Penelitian dilakukan menggunakan skala Likert. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Pesan Film *Dirty Vote* (X) terhadap Perilaku Memilih mahasiswa (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

WatchDoc

Sejak tahun 2009, Andhy Panca Kurniawan Dan Dandhy Dwi Laksono, dua pegiat media, mendirikan *Watchdoc*, sebuah rumah produksi dokumenter audio visual. Lebih dari 400 episode dokumenter, lebih dari 1000 *feature* televisi, dan sedikitnya 100 video dan karya komersial telah dibuat olehnya. Tanpa tujuan komersial yang telah menerima berbagai penghargaan.

Andhy Panca Kurniawan merupakan seorang mantan pemimpin redaksi pusat berita *voice of human rights* (VHR), yang merupakan media alternatif yang menyampaikan berita ham melalui website, jaringan radio, dan buku. Selain itu, panca menjadi salah satu pendiri "baku bae media", sebuah media perdamaian di maluku, dan menjadi pemimpin redaksi saluran informasi akar rumput dari tahun 2005 hingga 2007. Saat ini, panca bertugas sebagai pelatih dalam pengembangan media alternatif di indonesia.

Pada tahun 2008, Dandhy Dwi Laksono, seorang jurnalis yang memimpin tim redaksi di RCTI, menerima tiga penghargaan untuk tiga karya berbeda. Sebelumnya, Dandhy juga menjabat sebagai pemimpin redaksi website dan majalah AcehKita.com, produser untuk SCTV, dan pelatih jurnalisme audio visual di berbagai tempat (*Watchdoc*, 2024).

Sinopsis Film *Dirty Vote*

Tiga ahli hukum tata negara Zainal Arifin Mochtar, Bivitri Susanti, dan Feri Amsari berbicara langsung dalam film dokumenter "*Dirty Vote*". Film ini membahas kecurangan pemilu melalui analisis hukum tata negara dan mengungkap berbagai instrumen kekuasaan yang telah digunakan untuk memenangkan pemilu dan merusak tatanan demokrasi, menurut sinopsis resminya. *Dirty Vote* juga mengkritik penggunaan infrastruktur kekuasaan yang kuat, yang tanpa malu menunjukkan diri secara terbuka di depan umum untuk mempertahankan keadaan saat ini (Tirto.id, 2024).

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Djuanda Bogor berumur 17-30 Tahun. Karakteristik responden ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	43	43 %
2	Perempuan	57	57 %
	Total	100	100 %

Sumber : Olahan Peneliti,2024

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 43% dan responden perempuan berjumlah 57%.

Hasil Rekapitulasi Variabel Pesan Film *Dirty Vote* (X) dan Variabel Perilaku Memilih (Y)

Tabel 5 Rekapitulasi Penilaian Pesan Film *Dirty Vote* (X)

Indikator	Skor	Kriteria
<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	3,83	Baik
<i>Conteks</i> (Konteks)	3,98	Baik
<i>Content</i> (Isi)	3,82	Baik
<i>Clarity</i> (Kejelasan)	3,89	Baik
<i>Continuity</i> (Kontinuitas)	4,10	Baik
<i>Channel</i> (Saluran)	4,10	Baik
<i>Capability Of Audience</i> (Kemampuan Audiens)	3,96	Baik
Rata-Rata Penilaian Pesan Film <i>Dirty Vote</i>	3,95	Baik

Sumber: Olahan Peneliti 2024(IBM SPSS 27)

Hasil rekapitulasi variabel Pesan Film *Dirty Vote* (X) menyatakan rata-rata penilaian terhadap Pesan Film *Dirty Vote* adalah 3,95 termasuk ke dalam kategori baik. *Item* indikator continuity (kontinuitas) dan channel (saluran) memiliki skor tertinggi sebesar 4,10 termasuk kategori baik. Dapat diartikan bahwa pesan film *Dirty Vote* dapat menarik perhatian publik

sehingga mereka menonton secara kontinuitas atau secara berulang untuk memahami pesan yang ada pada film tersebut. Selain itu channel youtube menjadi indikator yang memiliki nilai mean yang sama dengan indikator kontinuitas. Dalam hal ini, Youtube sebagai media penayangan film *Dirty Vote* merupakan media yang tepat untuk dijadikan sebagai media pilihan penayangan film *Dirty Vote*. Sedangkan indikator credibility (kredibilitas) memiliki skor terendah sebesar 3,83 termasuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa para penonton film *Dirty Vote* masih sangat meragukan kredibilitas dari para narasumber yang ada pada film tersebut sehingga mengakibatkan pesan yang disampaikan oleh para narasumber harus diperiksa kebenarannya oleh para penonton untuk mendapatkan data serta fakta yang akurat mengenai pesan yang disampaikan oleh narasumber dalam film *Dirty Vote*.

Tabel 6 Rekapitulasi Penilaian Perilaku Memilih (Y)

Indikator	Skor	Kriteria
Isu dan Kebijakan Publik	3,78	Baik
Citra Sosial	3,56	Baik
Perasaan Emosional	3,51	Baik
Citra Kandidat	3,51	Baik
Peristiwa Mutakhir	3,75	Baik
Peristiwa Personal	3,72	Baik
Faktor-Faktor Epistemik	3,64	Baik
Rata-Rata Rata-Rata	3,64	Baik
Penilaian Perilaku Memilih		

Sumber : Data Primer diolah,2024

Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel Perilaku Memilih (Y) menyatakan rata-rata penilaian terhadap Perilaku Memilih adalah 3,64 termasuk ke dalam kategori baik., indikator isu dan kebijakan publik memiliki skor tertinggi sebesar 3,78 termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih setuju terhadap indikator isu dan kebijakan publik sebagai indikator yang mempengaruhi Perilaku Memilih mahasiswa pada pemilu 2024. sedangkan indikator perasaan emosional dan citra kandidat memiliki skor terendah sebesar 3,51 termasuk kedalam kategori baik. Dalam hal ini perasaan emosional dan citra kandidat menjadi indikator

selanjutnya yang menjadi pertimbangan responden dalam menentukan pilihan pada pemilu 2024.

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana SPSS

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.636	4.961		.128	.898
Pesan_Film	.539	.035	.845	15.614	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Memilih

Sumber: Olahan Peneliti 2024(IBM SPSS 27)

Berdasarkan tabel diatas, Hasil persamaan yang dihasilkan dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi Pesan Film (X) = 0,539 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel Pesan Film (X) akan diikuti oleh kenaikan sebesar 0,539 unit pada variabel Perilaku Memilih (Y). Dalam konteks ini, ada hubungan positif antara Pesan Film dan Perilaku Memilih, di mana perubahan dalam Pesan Film berpotensi mempengaruhi perilaku dalam memilih.
- b. Jika variabel Pesan Film dianggap sama dengan nol (X = 0), maka variabel hasil Perilaku Memilih (Y) diperkirakan sebesar 0,636. Dalam konteks ini, ini menunjukkan nilai dari konstanta (intercept) dalam model regresi, yang menunjukkan nilai perkiraan Perilaku Memilih ketika Pesan Film tidak memberikan pengaruh (X = 0).

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, diketahui bahwa variabel Pesan Film (X) memiliki koefisien positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan Pesan Film akan diikuti oleh peningkatan perilaku memilih (Y). Dalam konteks ini, semakin tinggi nilai variabel Pesan Film, semakin besar juga perilaku memilih pada mahasiswa Universitas Djuanda Bogor.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.713	.710	10.130

a. Predictors: (Constant), Pesan_Film

Sumber: Olahan Peneliti 2024(IBM SPSS 27)

Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa, variabel Pesan Film (X) yang mempengaruhi Perilaku Memilih (Y) sebesar 71,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji T

Tabel 10 Uji T (Parsial) Pesan Film SPSS

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.636	4.961		.128	.898
	Pesan_Film	.539	.035	.845	15.614	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Memilih

Sumber: Olahan Peneliti 2024(IBM SPSS 2)

Berdasarkan hasil analisis uji T menggunakan SPSS versi 27 pada variabel X (pesan film), diperoleh nilai t hitung = 15,614, yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) dengan tingkat signifikansi sig = 0,000 (kurang dari 0,1). Hal ini mengindikasikan

bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, variabel independen, yaitu Pesan Film, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, yaitu perilaku memilih. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Pesan Film (X) terhadap Perilaku Memilih (Y), sesuai dengan nilai thitung yang lebih besar dari nilai t tabel yang telah ditentukan.

KESIMPULAN

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh pesan film *Dirty Vote* terhadap perilaku memilih mahasiswa pada pemilihan presiden 2024 (kasus pada Mahasiswa Universitas Djuanda Bogor). Berdasarkan pengujian statistik dan analisis data, maka kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut :

Hasil rekapitulasi variabel pesan film *Dirty Vote* menyatakan bahwa pesan film *Dirty Vote* dapat menarik perhatian publik sehingga mereka menonton secara kontinuitas atau secara berulang untuk memahami pesan yang ada pada film tersebut. Selain itu channel YouTube menjadi indikator yang memiliki nilai mean yang sama dengan indikator kontinuitas. Dalam hal ini, YouTube sebagai media penayangan film *Dirty Vote* merupakan media yang tepat untuk dijadikan sebagai media pilihan penayangan film *Dirty Vote*. Sedangkan indikator credibility (kredibilitas) yang memiliki skor terendah menunjukkan bahwa para penonton film *Dirty Vote* masih sangat meragukan kredibilitas dari para narasumber yang ada pada film tersebut sehingga mengakibatkan pesan yang disampaikan oleh para narasumber harus diperiksa kebenarannya oleh para penonton untuk mendapatkan data serta fakta yang akurat mengenai pesan yang disampaikan oleh narasumber dalam film *Dirty Vote*.

Hasil rekapitulasi variabel perilaku memilih menunjukkan bahwa responden lebih setuju terhadap indikator isu dan kebijakan publik sebagai indikator yang mempengaruhi perilaku memilih mahasiswa pada pemilu 2024. Sedangkan indikator perasaan emosional dan citra kandidat menjadi indikator selanjutnya yang menjadi pertimbangan responden dalam menentukan pilihan pada pemilu 2024.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan terdapat pengaruh yang positif antara pesan film *Dirty Vote* terhadap perilaku memilih mahasiswa pada pemilihan presiden 2024. Berdasarkan analisis koefisien determinasi, hasil perhitungan menunjukkan bahwa, variabel Pesan Film (X) mempengaruhi Perilaku Memilih (Y) sebesar 71,3% dan sisanya dipengaruhi di luar variabel yang tidak masuk dalam penelitian ini artinya, film *Dirty Vote* memiliki peran dalam membentuk opini publik, memberikan informasi dan membentuk sikap pemilih yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku memilih mahasiswa.

Meskipun terdapat pengaruh positif pesan film *Dirty Vote* terhadap perilaku memilih mahasiswa, film *Dirty Vote* masih belum dapat sepenuhnya merubah perilaku memilih mahasiswa maupun masyarakat dalam menentukan pilihannya pada pemilihan presiden tahun 2024.

REFERENSI

- Databoks. (2024, Juni 27). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna Youtube Terbanyak Dunia*. Retrieved From Databoks.Katadata.Co.Id: <https://Databoks.katadata.co.Id/datapublish/2023/11/24/Indonesia-Peringkat-Keempat-Pengguna-Youtube-Terbanyak-Dunia>
- Katadata.Co.Id. (2023). *Kpu: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Oleh Kelompok Gen Z Dan Milenial*. Retrieved From Databoks.Katadata.Co.Id: <https://Databoks.katadata.co.id/Datapublish/2023/07/05/Kpu-Pemilih-Pemilu-2024-Didominasi-Oleh-Kelompok-Gen-Z-Dan-Milenial>
- Kompas.Com. (2024, April 25). *Youtube Rajai Pasar Platform Streaming,Netflix Membuntuti*. Retrieved From Kompas.Com: <https://Tekno.Kompas.ccom/Read/2024/02/25/19000037/Youtube-Rajai-Pasar-Platform-Streaming-Netflix-Membuntuti>
- Nursal , A. (2004). *Political Marketing*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.
- Oktavianus, H. (2013). Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis Di Dalam Film Conjuring. *Jurnal E-Komunikasi*, 1.

Ramadhan, F., & Herman, A. (2021). Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Pada Film Dokumenter Sexy Killers Teun Discussion Analysis A. Van Dijk In The Documentary Film Sexy Killers. *Jasima: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media, Ii*, 68.

Suara.com. (2024, 07 11). *Ditonton 8 Juta Kali, Film Dirty Vote Tak Dimonetisasi*. Retrieved From Www.Suara.Com: <https://www.Suara.com/Lifestyle/2024/02/14/135221/Menaksir-Penghasilan-Film-Dirty-Vote-Ditonton-8-Juta-Kali-Konon-Tembus-Rp5-Miliar-Lebih>

Tirto.Id. (2024, 06 12). *Sinopsis Dirty Vote Karya Dandhy Laksono, Ceritakan Tentang Apa?* Retrieved From Tirto.Id: <https://Tirto.Id/Sinopsis-Dirty-Vote-Ceritakan-Tentang-Apa-Gvut>

Watchdoc. (2024, 06 12). *What Is a Watchdoc*. Retrieved From Watchdoc.co.id: <https://Watchdoc.co.id/What-Is-Watchdoc/>