



Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dalam Menghadapi Pilpres 2024

Syarifah Nadya Al Hindwan^{1*}, Nora Eka Putri²

^{1,2} Universitas Negeri Padang

Abstrakt: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terdapat mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang tidak tertarik dengan pemberitaan politik, dalam permasalahan tersebut diharapkan media sosial dapat berperan dalam mendukung keterlibatan pemilih pemula dalam pilpres 2024. Terkait dengan pemilihan presiden tahun 2024, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menjelaskan bagaimana media sosial memengaruhi partisipasi pemilih pemula di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan desain penelitian survei dan metodologi kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teori dari Katz dan Gurevitch (1959), yaitu uses and gratifications. Berdasarkan hasil penelitian, 18,2% karakteristik penggunaan media sosial (X) berpengaruh sangat rendah terhadap partisipasi pemilih pemula (Y) dalam pemilihan presiden tahun 2024. Namun, faktor-faktor tambahan yang tidak diteliti memiliki dampak terhadap 81,8% sisanya.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemilih Pemula, Partisipasi Politik

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1910>

*Correspondence: Syarifah Nadya Al Hindwan

Email: syrfhnadyaa271@e-mail.com

Received: 25-10-2024

Accepted: 26-11-2024

Published: 27-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research is motivated by the fact that there are still students of the Faculty of Social Sciences, Padang State University who are not interested in political news, in this problem it is hoped that social media can play a role in supporting the involvement of new voters in the 2024 presidential election. Related to the 2024 presidential election, the purpose of this study is to identify and explain how social media influences the participation of new voters among students of the Faculty of Social Sciences, Padang State University. This study uses a survey research design and quantitative methodology. This study uses the theory of Katz and Gurevitch (1959), namely uses and gratifications. Based on the results of the study, 18.2% of the characteristics of social media use (X) have a very low effect on the participation of new voters (Y) in the 2024 presidential election. However, additional factors that were not studied have an impact on the remaining 81.8%

Keywords: Social Media, New Voters, Political Participation

Pendahuluan

Di era moden saat ini kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi telah mengubah bagaimana komunikasi politik dan kampanye politik dilakukan. Kemunculan media sosial adalah perkembangan penting dalam komunikasi politik. Bagi banyak aspek masyarakat, termasuk kampanye politik, media sosial telah berkembang menjadi platform penting (Russmann, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial semakin sering digunakan dalam kampanye politik, terutama menjelang pemilu 2024. Pemilu 2024 diperkirakan akan menjadi persaingan politik yang ketat, di mana kedua partai politik dan kandidat akan bersaing untuk mendapatkan dukungan pemilih. Kampanye politik yang memanfaatkan media sosial memiliki potensi besar untuk mengatasi masalah ini karena media sosial memungkinkan penyebaran konten kampanye dan menjangkau khalayak yang luas dengan menyajikan konten kampanye yang menarik dan kreatif (Moekhar et al., 2022).

Media sosial memiliki kekuatan konten yang dihasilkan oleh pengguna (UGC), menurut Mandibergh, "media sosial adalah media yang memfasilitasi kolaborasi antar pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content)" (Nasrullah; Ratnamulyani & Jadii, 2018). Dalam kasus ini, pengguna sendiri yang menghasilkan konten, bukan editor, seperti yang terjadi pada institusi media massa (Nasrullah; Ratnamulyani & Jadii, 2018). Menurut Pasal 1 Ayat 28 PKPU Nomor 11 Tahun 2018 tentang Penyusunan Daftar Pemilih Dalam Negeri Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum, pemilih adalah warga negara yang telah berusia 17 tahun atau lebih, atau yang sudah atau pernah menikah, sedangkan pemilih pemula adalah orang yang telah memenuhi syarat untuk memilih dan menggunakan hak pilihnya untuk pertama kali.

Generasi muda saat ini terpengaruh oleh media sosial dan lebih terbuka tentang politik. Salah satu faktornya adalah maraknya penggunaan media sosial. Mayoritas anak muda sudah membicarakan politik tanpa menyadarinya, yang membuat mereka penasaran tentang apa yang sedang terjadi di dunia politik. Meskipun demikian, mayoritas anak muda saat ini tidak diragukan lagi bersikap sinis terhadap politik. Ada banyak penjelasan, mulai dari skeptisisme terhadap pemilu dan politik hingga kemalasan atau kurangnya minat terhadap politik. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika sejumlah besar anak muda memutuskan untuk tidak berpartisipasi dalam pemilu atau tidak memilih.

Pemberitaan politik di media sosial memengaruhi cara remaja melihat pemilu dan banyak pemberitaan politik Indonesia yang bernada negatif. Pemberitaan di media sosial menyebabkan reputasi partai politik menjadi buruk. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kegiatan yang dilakukan atau dikeluarkan oleh partai politik dapat berdampak negatif pada persepsi media. Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang masih banyak yang tidak memahami atau tidak terlalu tertarik dengan berita politik dan tidak tertarik untuk mencari dan menyebarkan informasi tentang pilpres 2024. Pemberitaan negatif di media sosial membuat mereka tidak percaya dengan proses politik.

Mengingat sebagian mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang masih kurang peduli dengan politik, padahal seharusnya mereka sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial lebih memahami isu politik, maka diharapkan media sosial dapat membantu mendorong pemilih pemula untuk menggunakan hak pilihnya pada pemilihan presiden 2024. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dalam Menghadapi Pilpres 2024".

Metodologi

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Burhan Bungin (2009:36) menyatakan bahwa tujuan penelitian deskriptif kuantitatif adalah memberikan ringkasan atau penjelasan tentang berbagai keadaan, situasi, atau variabel yang ada di masyarakat. Tujuan penelitian harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Selanjutnya, memberikan sifat atau gambaran tentang keadaan atau keadaan yang melibatkan variabel tersebut.

Sebagai bentuk penelitian survei, penelitian ini akan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Survei merupakan salah satu bentuk penelitian kuantitatif yang mengumpulkan informasi tentang pandangan, sikap, sifat, perilaku, dan korelasi antarvariabel dalam sampel populasi tertentu, menurut Sugiyono (2019). Temuan penelitian sering kali digeneralisasi karena metode pengumpulan datanya (wawancara atau kuesioner) tidak mempelajari secara menyeluruh.

Pembahasan

Media sosial adalah platform politik online yang dapat diterima dan memberikan responden kesempatan untuk terlibat dalam politik (Saud et al,2020). Aktivitas politik di media sosial mendorong masyarakat untuk meniru perilaku politik yang meningkatkan partisipasi politik dan membangkitkan semangat keterlibatan politik. Kampanye politik dengan konten media sosial memungkinkan kandidat berkomunikasi dengan calon pemilih dan langsung membangun wacana politik sesuai keinginan. Kampanye dilakukan untuk menggaet calon pemilih yang sebelumnya tidak memiliki arah pilihan.

Berdasarkan hasil kajian, rata-rata motivasi responden dalam memilih pada Pilpres 2024 adalah visi, tujuan, dan program kerja yang disampaikan oleh pasangan calon presiden di media sosial masing-masing, dan juga gaya kampanye yang mampu menarik perhatian generasi muda dengan cara mengikuti trend di media sosial, selain itu mereka memilih pasangan calon yang mereka percayakan juga dilihat dari rekam jejak, bukti kinerja sebelumnya, dan kegiatan positif yang dibagikan di akun media sosial nya.

1. Media Sosial Sebagai Media untuk Mempelajari Profil Calon Presiden

Pemilih yang belum pernah menggunakan hak pilihnya berpartisipasi dengan berinteraksi dengan konten di media sosial. Selain mempelajari kehidupan sehari-hari para kandidat presiden, para peserta mencoba membaca tentang riwayat hidup dan jalur karier mereka. Karena merupakan alat politik dan senjata kampanye. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap politik melalui pengaruhnya terhadap persepsi, opini publik, dan faktor-faktor lainnya (Dwitama, 2022). Di banyak negara, media sosial memainkan peran penting dalam pemilihan umum. Politisi dan komunikator dapat berkomunikasi secara politik dengan publik atau pengikutnya melalui media sosial. Hal ini dilakukan untuk mengorganisasi dukungan politik dan mengembangkan serta membentuk opini publik. Media sosial dimaksudkan untuk meningkatkan dukungan politik. Dalam konteks pemilihan umum, media sosial merupakan alat untuk memperluas jaringan komunikasi politik, hubungan, dan keterlibatan politik masyarakat.

2. Media Sosial Sebagai Media Belajar Berpendapat

Penggunaan media sosial mencakup upaya untuk membentuk opini publik melalui interaksi pengguna. Komentar yang muncul di media sosial sering kali beragam, hal ini

menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk mendiskusikan isu-isu yang berkaitan dengan calon presiden dan mempengaruhi pandangan mereka. Mahasiswa perlu dilatih untuk mengembangkan keterampilan kritis dalam mengevaluasi informasi politik yang mereka terima melalui media sosial. Pihak-pihak terkait, seperti pemerintah dan lembaga pendidikan, dapat mengembangkan kebijakan atau panduan untuk mengatur penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa, termasuk penyebaran informasi politik. Penting untuk mendorong diskusi yang lebih dalam dan bermakna di media sosial, baik itu melalui penggunaan hashtag atau grup diskusi khusus (Sitepu,2023).

3. Diskusi

Temuan penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana pemilih pemula berinteraksi dengan kandidat presiden pilihan mereka di media sosial. Memproyeksikan citra yang sejalan dengan harapan masyarakat umum sangat penting bagi kandidat presiden. Gambaran ini tidak hanya mencakup program politik tetapi juga sikap dan tindakan media sosial para kandidat presiden. Mahasiswa yang paham media sosial dapat dengan cepat mengevaluasi respons kandidat presiden terhadap peristiwa terkini atau interaksi dengan pengikut mereka. Keputusan pemilih dapat dipengaruhi oleh kedekatan dan kepercayaan yang dipupuknya. Temuan lainnya adalah bahwa media sosial sangat penting untuk memengaruhi gagasan pemilih pemula dan memasukkannya dalam wacana politik.

Hal ini terkait dengan teori Uses and Gratifications, yang menyatakan bahwa orang secara aktif memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengguna bebas memilih bagaimana mereka ingin memanfaatkan media dan bagaimana media tersebut akan memengaruhi mereka. Menurut teori Uses and Gratifications dalam penelitian ini, mahasiswa FIS UNP memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Terlihat jelas bahwa orang memanfaatkan media sosial untuk mencari berita dan informasi tentang pasangan calon presiden yang akan dipilih pada tahun 2024. Gagasan ini memperjelas tuntutan informasi dan pemahaman yang dipenuhi oleh media sosial. Media sosial digunakan oleh mahasiswa FIS UNP untuk memperluas pengetahuan dan perspektif mereka dalam rangka memilih pasangan calon presiden terbaik tahun 2024.

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel media sosial, tingkat aktivitas responden di media sosial ditunjukkan oleh konten kampanye yang disajikan, informasi visi, misi, dan program kerja yang disampaikan, konten interaktif yang disajikan dalam aktivitas kampanye di media sosial, kemampuan menarik perhatian akun media sosial sehingga pengguna berpartisipasi aktif dengan cara like, comment, share, dan sebagainya, serta kemampuan mendorong pengguna untuk mencari informasi yang disajikan di akun media sosial kampanye untuk pengenalan pasangan calon presiden 2024 melalui akun media sosial.

Beberapa pertanyaan tersebut menunjukkan adanya peran aktif partisipasi pemilih pemula di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Hasil perhitungan pada variabel partisipasi pemilih pemula menunjukkan bahwa responden merupakan pemilih aktif dalam pemilihan presiden 2024, memilih karena yakin terhadap pasangan calon yang dipilihnya, dan berpartisipasi dalam diskusi politik terkait pemilihan presiden 2024.

Nilai koefisien determinasi (R^2) menurut hasil penelitian adalah sebesar 0,182. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) sebesar 18,2% mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang untuk menggunakan hak pilihnya pada pemilihan presiden 2024. Namun, sisanya sebesar 81,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, penggunaan sosial media oleh pemilih pemula mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada Pilpres Tahun 2024 berpengaruh sebesar 18,2% terhadap partisipasi politik pada Pemilihan Presiden 2024.

Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media diperoleh thitung sebesar 4,618 koefisien regresi (β) 0,436 dengan probabilitas (p) 0,000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel partisipasi politik memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa, variabel media sosial berpengaruh signifikan tetapi kecil terhadap variabel partisipasi pemilih pemula.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada pemilihan presiden tahun 2024, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Intensitas penggunaan media sosial pemilih pemula mahasiswa FIS UNP pada Pemilu tahun 2024, menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi intagram 92,9% yang paling tinggi diantara aplikasi lainnya selanjutnya whatsapp sebanyak 90,2%, TikTok sebanyak 72,3%, X sebanyak 33,9%, Facebook sebanyak 22,3%, dan lainnya sebanyak 8,9%.
2. Tingkat partisipasi pemilih pemula mahasiswa FIS UNP pada Pilpres tahun 2024 tergolong tinggi yaitu yang menjawab sangat setuju terdapat 65,2% danyang menjawab setuju sebanyak 25,9%. Hal ini menunjukkan bahwa keikutsertaan responden dalam memberikan hak suaranya (keterlibatan partisipasi aktif)
3. Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat partisipasi pemilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada pemilihan presiden tahun 2024 menunjukkan bahwa 18,2% variabel penggunaan media sosial (X) memiliki pengaruh yang sangat rendah terhadap partisipasi pemilih pemula (Y). Namun, sebesar 81,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian, media sosial berpengaruh secara signifikan namun kecil terhadap partisipasi pemilih pemula yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Daftar Pustaka

- Arfan, R., Suryanef, S., & Rafni, A. (2023). The Role of Social-Media in Increasing Millennial Political Participation in the Medan Johor Subdistrict. *JED (Jurnal Etika Demokrasi)*, 8(1), 124-136
- Arumsari, N., Septina, W. E., & Saputro, I. H. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu

- Sosial Universitas Negeri Semarang. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 5(1), 12-16
- Anggara, Sahya. (2013). *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kauntitatif*. Jakarta: Kencana.
- Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., Usni, U., & Gunanto, D. (2022). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(1), 53-66.
- El Farabi, Q. N. S. (2023). Kehadiran Media Sosial Dan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula. *CommLine*, 7(2), 112-123.
- El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 167-185.
- Hadi, I, Wahjudianata, M, Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ilham, Y., & Hermawan, A. C. (2022). Strategi Komunikasi Humas Partai Politik Gerindra Dalam Menjaring Pemilih Pemula Melalui Media Sosial. *In Search*, 21(2), 220-229.
- Jamalludin. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Sikap Pemilih Pemula Mahasiswa Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Lampung untuk Menentukan Pilihannya dalam Pemilu Presiden Tahun 2019.
- Julpahmi. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (Hamas) pada Pemilu Presiden 2019
- Kurniawan, F., & Mutiah, T. (2022). Menentukan Capres dan Cawapres 2024 Melalui Penggunaan Media Sosial. *Global Komunika*, 5(2), 65-73.
- Laporan Kinerja (LAKIN) Fakultas Ilmu Sosial Tahun Anggaran 2021.
- Maharani, F., Ronardi, S., Hudi, I., Putri, M. A., Azzahra, Q. S., & Nabilah, A. (2024). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Ilmu Sosial*, 2(2), 274-280.
- Miaz, Yalvema. (2012). *Partisipasi Politik Pola Perilaku Pemilih Pemilu Masa Orde Baru dan Reformasi*. Padang: UNP Press Padang
- Mulyati, Ani. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosa Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nur, E. (2020). Tanggapan Generasi Z Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mendukung Keterlibatan Dalam Pemilu Legislatif 2019 *The Generation Z Response to Use of Media Social in Supporting Involvement in the 2019 Legislative Election*. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(2), 117-131.
- Ohme, J. (2019). When digital natives enter the electorate: Political social media use among first-time voters and its effects on campaign participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 16, 119 - 136.

- Palupi, G. A., & Tutiasri, R. P. (2023). Pemilih Pemula dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Ganjar Pranowo). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8646-8653.
- Prasetyawan, Y. Y. (2020). Pengalaman Informasi Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Politik dalam Menentukan Pilihan Calon Presiden. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 21.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161.
- Satria M, D., Zulfadli, Z., & Zuhri, A. (2023). The Role of Social Media in Increasing Political Literacy of Beginning Voters. *Malikussaleh Social and Political Review*
- Satriya, B., & Handoko, S. (2019). ANALISIS BERITA HOAX DI MEDIA SOSIAL DALAM KEPUTUSAN MEMILIH CALON PRESIDEN BAGI PEMILIH PEMULA (Study Kasus Di Desa Sinduaji Kecamatan Pandanarum Kabupaten Banjarnegara). Artikel Skripsi PKN Universitas PGRI Yogyakarta.
- Simanjuntak, V. A. (2020). PERILAKU MAHASISWA SEBAGAI PEMILIH PEMULA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER INFORMASI PEMILIHAN PRESIDEN 2019. *Jurnal Citra*, 6(1).
- Sitepu, E. N., Lumbantobing, J. N., Sintania, L. S., Sinaga, M. L., & Ivanna, J. (2023). Pengaruh Media Massa Terhadap Partisipasi Mahasiswa Pendidikan Geografi di Universitas Negeri Medan Dalam Pemilihan Umum. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4299-4307.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tosepu, Yusrin. (2017). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Makassar
- Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 116-131.
- Yunus, A., Tamma, S., & Ekawaty, D. (2022). Kebijakan Pendidikan dan Media Sosial Sebagai Faktor Pembentukan Preferensi Politik Pemilih Pemula di Kota Makassar. *JAKPP (Jurnal Analisis Kebijakan & Pelayanan Publik)*, 65-80.