




PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMREDIKSI PARTISIPASI PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN UMUM 2024

Deki Pardana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia.

*Korespondensi : dekipardana81@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
Diterima : 02 Desember 2022 Disetujui : 18 Februari 2023 Dipublikasikan : 28 Februari 2023	Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Data diolah dengan menggunakan alat statistik. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang, dimana preferensi sampel dalam penelitian ini adalah siswa sekolah menengah atas sebagai preferensi pemula. data diolah menggunakan alat statistic, SPSS. Hasil penelitian menunjuka bahwa nilai constant (a) sebesar 38,228, sedangkan media sosial sebagai variabel (X) memiliki nilai 0,125. Ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 38,228 mengandung arti bahwa variabel partisipasi pemilih pemula sebesar 38,228. Sedangkan koefisien regresi variabel media sosial (X) memperlihatkan setiap penambahan 1% nilai media sosial, maka partisipasi pemilih pemula bertambah sebesar 0,125. Sehingga ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula. Variabel media sosial (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih pemula, hal ini terlihat dari signifikan media sosial (X1) sebesar 0,02 dan nilai t tabel. Berarti t hitung sebesar 0,998. Maka terdapat pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula.
Kata Kunci: Media Sosial, Perilaku, Pemilih Pemula Keyword: <i>Social Media, Behavior, Voters</i>	Abstract <i>This research uses a qualitative method approach. Data is processed using statistical tools. The sample in this study were 70 people. where the sample preferences in this study were high school students as beginner preferences. the data were processed using statistical tools, SPSS. The results showed that the constant value (a) was 38.228, while social media as a variable (X) had a value of 0.125. This shows that the constant of 38.228 means that the novice voter participation variable is 38.228. While the regression coefficient of the social media variable (X) shows that every 1% increase in the value of social media, the participation of novice voters increases by 0.125. So there is a significant influence between the use of social media on the participation of novice voters. The social media variable (X) has a positive and significant effect on the behavior of novice voters, this can be seen from the significant social media (X1) of 0.02 and the t table value. Means t count of 0.998. So there is an influence of social media on beginner voter participation</i>
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial menjadi cukup massif dan berbanding lurus dengan perkembangan internet. Pada dasarnya media sosial merupakan bagian dari pengembangan akibat kemajuan teknologi dalam hal ini internet. Internet yang muncul beberapa decade lalu berhasil membuat media sosial berkembang dengan cepat, bahkan tumbuh dengan segala fasilitas atau manfaat baru yang diberikan kepada penggunaannya. Media sosial merupakan salah satu kanal informasi yang saat ini menjadi alat yang banyak digunakan oleh semua orang di dunia. Pengguna media sosial tidak hanya sebatas pertukaran informasi, tapi banyak sebagian orang menggunakan media sosial untuk kegiatan bisnis dan sosialisasi lainnya. Media sosial hadir sebagai salah satu platform dengan fasilitas yang membuat pengguna dalam hal ini masyarakat dapat melakukan aktifitas sosial (Wasesa, 2011). Aktifitas sosial tersebut bias berupa komunikasi sebagai interaksi sosial dengan mengirim berbagai pesan, foto, video dan lain sebagainya. Merujuk pada pemilihan umum 2019, salah satu hal yang paling banyak diperbincangkan adalah partisipasi pemilih pemula.

Menurut Firmanzah (2008) hampir sebagian dari pemilih pemula merupakan salah satu basis pemilih yang mendapat perhatian khusus oleh penyelenggara pemilu. Secara umum pemilih pemula merupakan suatu golongan yang baru pertama kali ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan pemilihan umum. Hal ini dikarenakan pemilih pemula baru pertama kali menerima Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai syarat untuk memperoleh hak pilih. Maka tidak jarang pemilih pemula dipandang sebelah mata, karena produk pengetahuan politiknya yang masih awam dan diasumsikan relative tidak sebanding dengan pemilih yang sudah berusia matang. Namun pada pemilihan umum 2019, suara pemilih pemula justru menjadi perhitungan bagi para peserta pemilu, khususnya partai politik. Hal ini dikarenakan jumlah pemilih pemula yang relative besar, yaitu mencapai angka 14 juta pemilih.

Dengan produksi pengetahuan politik yang masih awam, pemilih pemula terkesan mudah untuk dipengaruhi preferensi politiknya. Dibeberapa fakta lain bahwa kebanyakan partai politik saat ini cenderung menyapaikan sosialisasi politik atau kampanye politik melalui media sosial. Ini merupakan satu hal yang beririsan karena media sosial sendiri banyak digunakan oleh remaja yang merupakan pemilih pemula (Pardana, 2018). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi berbasis internet, maka semakin penting peran dan pengaruh media sosial sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan efek positif dalam partisipasi politik pemilih pemula terhadap pemilihan umum 2019. Media sosial saat ini memiliki banyak jenisnya, diantaranya adalah Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp, Youtube, Line, Telegram dan berbagai macam jenis lainnya.

Dengan banyaknya jenis media sosial, maka masyarakat khususnya generasi milenial sebagai preferensi pemilih pemula dapat dengan bebas mengakses konten dan membangun komunikasi dengan berbagai macam keperluan. Hal ini bias dilihat

dari pengguna aktif media sosial di Indonesia yang relative besar dengan angka menjangapi jumlah 79 juta pengguna aktif, termasuk didalamnya adalah generasi milenial sebagai pemilih pemula. banyak penggunaan media sosial tersebut membuktikan bahwa media sosial masih menjadi kanal sebagian besar masyarakat Indonesia untuk berbagi komunikasi atau sebagai wadah hiburan

TINJAUAN PUSTAKA

Media Social

Menurut brogan (2010) media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang tersida bagi semua orang. Howard dan Parks (2012) dalam mengemukakan media social merupakan media yang terdiri atas tiga bagian. Yakni, infrakstruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan pribadi, berupa gagasan dan produk-produk budaya. Menurut Mayfield (Rudi Rahman, 2017) sosial media dimaknai sebagai suatu format baru dari media online. Berikut ini beberapa indikator yang biasanya terdapat pada media sosial, yakni:

- a. *Participation* (keikutsertaan),
- b. *Openness* (keterbukaan),
- c. *Conversation* (percakapan),
- d. *Community* (masyarakat),
- e. *Connectedness* (menghubungkan).

Menurut Thoyibie (2017), media sosial adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Taprial dan Priya Kanwar (2012) juga mengemukakan bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain

Yulianita dan Leksono. (2011) mengemukakan bahwa media sosial merupakan pemahaman dari kelompok jenis komunikasi media online, yang meliputi karakter-karakter sebagai berikut:

- a. Adanya Partisipasi: Media sosial mendorong umpan balik dan memberikan kontribusi agar setiap orang tertarik.
- b. Adanya Keterbukaan: media sosial terbuka untuk memberikan umpan balik dan ikut berpartisipasi, serta mendorong untuk melakukan pilihan, memberikan komentar dan sharing informasi.
- c. Percakapan: media social memberikan peluang untuk terjadinya komunikasi dua arah antara pengguna dengan pengelola media social dan pada akhirnya akan terjadi komunikasi dua arah.

- d. Komunitas: Media sosial dapat membentuk komunitas, group dengan cepat sesuai dengan keinginan perusahaan.
- e. Konektivitas: media social sudah dapat membentuk konektivitas dengan media social maupun situs-situs lain lainnya.

Taprial dan Priya Kanwar (2012) juga mengemukakan bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain. Media sosial merupakan media di jagat maya yang membolehkan pengguna mengidentifikasi dirinya ataupun berinteraksi, berbagi informasi, berkomunikasi secara interaktif dengan pengguna lain serta menjalin hubungan social secara virtual. Pada media social, terdapat tiga tatanan yang menyatakan makna bersosial yaitu pengenala, komunikasi dan kerjasama (Nasrullah, 2015).

Perilaku Pemilih Pemula

Menurut Firmanzah (2008) ada tiga kategori pemilih pemula di Indonesia. Pertama, pemilih yang rasional, yakni pemilih yang benar-benar memilih partai berdasarkan penilaian dan analisis mendalam. Kedua, pemilih kritis emosional, yakni pemilih yang masih idealis dan tidak kenal kompromi. Ketiga, pemilih pemula, yakni pemilih yang baru pertama kali memilih karena usia mereka baru memasuki usia pemilih.

Perilaku pemilih adalah partisipasi masyarakat atau warga negara pada penyelenggaraan pemilihan umum dan merupakan keputusan pilihan politik yang dipilih masyarakat. Salah satu bentuk partisipasi politik dalam penyelenggaraan pemilihan umum adalah keterlibatan pemilih, selain merupakan bentuk partisipasi yang paling elementer (Hemay dan Munandar, 2016). Perilaku memilih yaitu aktifitas penggunaan suara oleh seseorang yang berhubungan kuat dengan tindakan dalam penentuan keputusan guna memilih atau tidak memilih (*to vote or no to vote*) pada pemilihan. Maka, seorang pemilih memutuskan akan memilih ataupun mendukung peserta politik tertentu (Surbakti, 2010).

Partisipasi Pemilih yakni aktivitas dari seorang warga negara yang menggunakan hak pilih atau hak suara (*voting*) pada penyelenggaraan pemilihan umum legislatif, presiden dan kepala daerah (Putri, 2017). Menurut Surianto (2018) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi pemilih pada penyelenggaraan suatu pemilihan yaitu, social ekonomi, politik, fisik individual dan lingkungan serta nilai budaya.

Disis lain Menurut Miriam Budiarjo yang dikutip oleh Surianto (2018) terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi pemilih pada penyelenggaraan suatu pemilihan, yaitu :

- a. Sosial Ekonomi Merupakan kelas atau kategori pribadi pada suatu komunitas sosial. Penilaian dapat diukur melalui indikator kombinasi yang terdiri atas dua

- atau tiga komponen utama status sosial, yakni pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.
- b. Politik. Partisipasi politik masyarakat berasas kepada politik dalam menetapkan suatu produk akhir. Unsur tersebut mencakup dialog politik, persepsi politik yang berhubungan dengan pemahaman, minat serta kepedulian seseorang kepada lingkungan masyarakat. Pada factor politik serta pengetahuan masyarakat terdapat proses pengambilan keputusan turut menentukan pola serta pedoman suatu keputusan yang akan diambil.
 - c. Fisik Individu dan Lingkungan. Popularitas calon adalah satu hal yang cukup berpengaruh dalam suatu proses pemilihan. Ketika masyarakat mengenal figur serta sepak terjang seorang kandidat secara baik, maka dapat dipastikan bahwa setengah dari rasa percaya telah terbentuk, kemudian diikuti oleh pengalaman serta rekam jejak sang kandidat sehingga memiliki daya tarik tersendiri kepada public
 - d. Nilai budaya. Adalah nilai dasar pembentuk demokrasi, hakekatnya adalah politik baik dan beretika ataupun teknik dan peradaban masyarakat. Unsur ini meliputi kepercayaan politik, apresiasi, wawasan dan sikap.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif sebagaimana yang di jabarkan oleh Neuman (2014). Data diolah dengan menggunakan alat statistik. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang. dimana preferensi sampel dalam penelitian ini adalah siswa sekolah menengah atas. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dan manual. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah pemilih pemula yang menggunakan hak pilih pada pemilihan umum 2024 di Sulawesi Tenggara. Unit analisis dalam penelitian ini adalah remaja dan aktif di media social. Analisis data yang digunakan dalam penelitian *Statistical Package For Social Science*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan untuk hasil penelitian menggunakan pendekatan deduktif yang berfokus pada pengembangan hipotesis dan berdasarkan teori. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner secara daring. Unit analisis berada pada tingkat siswa menengah atas yang sudah berumur 17 tahun. Hasil uji validitas untuk variabel media sosial ditunjukkan pada tabel

4.1 Nilai r_{hitung} r_{tabel} menunjukkan bahwa sepuluh item pertanyaan dinyatakan valid. Dengan demikian, item pertanyaan dalam variabel media sosial merupakan instrumen yang cocok untuk penelitian. Hasil uji validitas media sosial dapat dilihat

pada table 4.1, sedangkan untuk uji validitas pada perilaku pemilih dapat dilihat pada tabel 4.2:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas
Media Sosial (X)

No Item	r hitung	r tabel	Ket.
Item 1	0,562	0,235	Valid
Item 2	0,591	0,235	Valid
Item 3	0,598	0,235	Valid
Item 4	0,563	0,235	Valid
Item 5	0,505	0,235	Valid
Item 6	0,559	0,235	Valid
Item 7	0,579	0,235	Valid
Item 8	0,554	0,235	Valid
Item 9	0,530	0,235	Valid
Item 10	0,593	0,235	Valid

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas
Perilaku Pemilih Pemula (Y)

No Item	r hitung	r tabel	Ket.
Item 1	0,572	0,235	Valid
Item 2	0,583	0,235	Valid
Item 3	0,570	0,235	Valid
Item 4	0,553	0,235	Valid
Item 5	0,512	0,235	Valid
Item 6	0,546	0,235	Valid
Item 7	0,561	0,235	Valid
Item 8	0,559	0,235	Valid
Item 9	0,542	0,235	Valid
Item 10	0,575	0,235	Valid

Dari semua item pertanyaan pada variabel media sosial dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, seperti yang ditunjukkan pada hasil uji validitas untuk variabel media sosial seperti yang terdapat pada tabel 4.1 diatas. Dengan demikian, item pertanyaan variabel media sosial layak dijadikan instrumen penelitian. Begitupula sebaliknya, pada variabel perilaku pemilih pemula, sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.2 dimana semua item pertanyaan variabel valid

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Nama Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Ket
Media Sosial (X)	0,840	0,912	Reliabel
Perilaku Pemilih Pemula (Y)	0,793	0,850	Reliabel

Standar nilai *Cronbach's Alpha* suatu variable apabila dinyatakan reliabel adalah >0,6, sedangkan standar nilai untuk *Composite Reliability* adalah >0,7. berdasarkan nilai tabel 4.3 diatas diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0,6 serta nilai *Composite Reliability* >0,7 sehingga dapat dinyatakan bahwa model alat analisis pemodelan yang dianalisis telah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa variable media sosial dan perilaku pemilih pemula berdasarkan data yang disajikan pada table 4.3 telah memenuhi *composite reliability*. Dimana variable media sosial memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,840 dan nilai *Composite Reliability* sebesar 0,912, sedangkan variable perilaku pemilih pemula memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,793, dan nilai *Composite Reliability* sebesar 0,850. Adapun besarnya nilai korelasi/hubungan (R) dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120 ^a	.014	.000	2.68492

a. Predictors: (Constant), Media sosial
Sumber: Data Primer, 2023.

Pada tabel 4.3 diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,120. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0,14. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas (media sosial) terhadap variabel terikat (Partisipasi pemilih) adalah sebesar 14%. Sedangkan untuk melihat perbandingan rata-rata dari dua variabel, antara media sosial (X) dan partisipasi pemilih (Y) dapat dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.174	1	7.174	9.958	.002 ^b
	Residual	490.198	68	7.209		
	Total	497.371	69			

a. Dependent Variable: Perilaku Pemilih
b. Predictors: (Constant), Media sosial

Dari output yang dihasilkan oleh tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 9,958 dengan tingkat signifikan/probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan dalam perilaku pemilih pemula.

Tabel 4.5
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.228	5.537		6.904	.000
	Media sosial	.125	.126	.120	.998	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Pemilih

Pada tabel 4.5 tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai constant (a) sebesar 38,228, sedangkan media sosial sebagai variabel (X) memiliki nilai 0,125. Ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 38,228 mengandung arti bahwa variabel

partisipasi pemilih pemula sebesar 38,228. Sedangkan koefisien regresi variabel media sosial (X) menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai media sosial, maka partisipasi pemilih pemula bertambah sebesar 0,125. Sehingga ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula. Variabel media sosial (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih pemula, hal ini terlihat dari signifikan media sosial (X1) sebesar 0,02 dan nilai t tabel. Berarti t hitung sebesar 0,998. Maka terdapat pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Secara signifikan media social sangat mempengaruhi perilaku pemilih pemula, dimana preferensi politik pemula cenderung dipengaruhi oleh factor penggunaan media social, seperti Facebook, instagram, tiktok, twitter.
2. Sebagai pemilih yang relative baru dan labil dalam menggunakan hak pilih, perilaku pemilih pemula sangat dipengaruhi oleh berbagai macam pemberitaan yang ada di media social.
3. Akibat dari tingkat pola pengaruh dari penggunaan media social, maka perilaku pemilih pemula pada pemilihan umum 2024 cenderung meningkat seiring dengan gencarnya sosialisasi pemilu dan pemberitaan lewat penggunaan kanal media social sebagai salah satu alternative untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam menggunakan hak pilih.

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlunya muatan materi pendidikan politik dalam kurikulum pendidikan di Indonesia.
2. Sosialisasi pendidikan politik dimasyarakat harus menjadi perhatian penuh bagi pemangku kepentingan, khususnya kepada para pemilih pemula, mengingat perilaku pemilih pemula cenderung labil.
3. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai topik media sosial yang hubungannya dengan perilaku pemilih pemula, dengan menambahkan variable-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat partisipasi pemilih pemula baik terhadap pemilihan umum, maupun pemilihan kepala daerah tingkat Provinsi dan Kab/Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, Chris. (2010). SOCIAL MEDIA : 101 TACTICS AND TIPS TO DEVELOP YOUR BUSINESS ONLINE. John Willey & Sons.
- Firmanzah. (2008). MARKETING POLITIK: ANTARA PEMAHAMAN DAN REALITAS. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Howard P.N. dan M.R Parks. (2012). AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST, Vol. 45 hal 359-362.

- Harsan, T., Prasetyo, W. D., dan Pujiyana. (2019). PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DALAM PEMILIHAN UMUM 2019 DI KELURAHAN SUMBER KECAMATAN BANJARSARI KOTA SURAKARTA. *Civics Education and Social Science Journal (CESSJ)*, 87-104.
- Hemay, I., dan Munandar, A. (2016). POLITIK IDENTITAS DAN PENCITRAAN KANDIDAT GUBERNUR TERHADAP PERILAKU PEMILIH. *Jurnal Politik Universitas Nasional*, 12(1), 1737-1748.
- Nasrullah, R. (2015). *TEORI MEDIA SOSIAL (PERSPEKTIF KOMUNIKASI, KULTUR, DAN SOSIO TEKNOLOGI)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W.L. (2014). *SOSIAL RESEARCH METHODS: QUALITATIF AND QUANTITATIF APPROACH*, 7ed. Sage Publication, London.
- Pardana, Deki. (2018). PERANAN PEMASARAN POLITIK KANDIDAT DALAM MEYAKINKAN PEMILIH PADA PILKADA BUTON SELATAN, *Repositori Universitas Gadjah Mada*.
- Putri, N. E. (2017). DAMPAK LITERASI POLITIK TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH DALAM PEMILU. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 5(1).
- Surbakti, R. (2010). *MEMAHAMI ILMU POLITIK*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Surianto, P. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI POLITIK PADA PILKADA SERENTAK DI KABUPATEN KARO TAHUN 2015. *Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Taprial, Varinder dan Priya Kanwar. (2012). *UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA*, London: Ventus Publishing ApS.
- Thoyibie, L. (2017). *PSIKOLOGI SOCIAL MEDIA*. Retrieved from [komunikasi indonesia.org](http://komunikasi.indonesia.org)
- Wasesa, SL. (2011). *POLITICAL BRANDING AND PUBLIC RELATIONS*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yulianita, Neni dan Leksono, Ninok. (2011). *CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATION*. Bandung: Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi.