

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Peran media sangat penting di dunia sekarang ini, khususnya dalam bidang teknologi informasi di internet, seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Oleh karena itu, alat komunikasi merupakan salah satu kebutuhan utama dan sangat penting bagi setiap orang. Hal ini dibuktikan dengan ditemukannya perangkat multimedia berbasis internet di seluruh dunia, sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang hiburan, pendidikan, bisnis, politik, dan lain-lain.

Berdasarkan kemajuan teknologi saat ini yang dapat mempermudah interaksi yang awalnya hanya bisa didapatkan secara personal atau *face to face* kini bisa didapatkan dengan cara berbasis internet atau sering disebut media sosial. Dalam media sosial biasanya memberikan informasi terkait hiburan, sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, hukum dan politik. Salah satu pemanfaatan penggunaan media sosial yang sangat signifikan saat ini yaitu pada bidang politik.

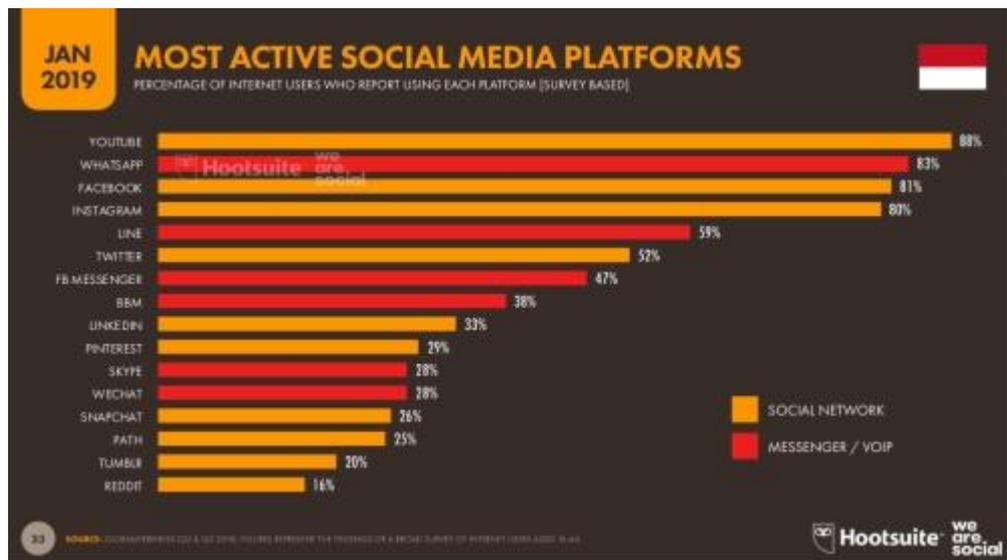
Penggunaan media sosial dalam bidang politik saat ini menjadi fenomena baru. sebagai contoh, di Indonesia, Indonesia adalah negara demokrasi dengan masyarakat yang heterogen. Salah satu ciri demokrasi adalah partisipasi politik. Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang yang berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan politik, termasuk secara langsung atau tidak langsung memilih kepala negara dan mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Di Indonesia, partisipasi terbanyak dalam pemilu yaitu para pemilih pemula yang menurut UU No. 10 tahun 2008 dalam Bab IV pasal 19 ayat 1 dan 2 serta pasal 20 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan pemilih pemula adalah warga Indonesia yang pada hari pemilihan atau pemungutan suara adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berusia 17 tahun dan atau lebih atau sudah/pernah kawin yang mempunyai hak pilih, dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang Pemilu. Pemilih pemula ini berjumlah hampir dari setengah keseluruhan pemilih pemilu. seperti yang dikemukakan Koordinasi Pusat Peneliti Politik LIPI, Sarah Nurani Siregar berdasarkan hasil survei lembaganya, ada 35 persen sampai 40 persen pemilih dalam Pemilu 2019 didominasi generasi milenial yang jumlahnya sekitar 80 juta dari 185 juta pemilih (Alfian Putra Abdi, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan para pemilih pemula sangat penting dalam berlangsungnya Pemilu 2019. Dampak partisipasi mereka akan menjadi modal penting bagi siapapun yang berkepentingan di dalam pemilu. Sebab, mereka menjadi sasaran empuk bagi partai politik dalam meraup suara untuk memenangkan pasangan calonnya, dikarenakan partai politik memiliki anggapan bahwa para pemilih pemula belum memiliki pengetahuan yang luas dan memadai dalam menentukan pilihannya. Pendidikan politik yang masih rendah membuat kelompok ini rentan dijadikan sasaran untuk dimobilisasi oleh kepentingan tertentu. Lalu, dengan kemajuan teknologi yang ada di Indonesia yang saat ini didominasi oleh para milenial yang tergolong partisipan pemilih pemula seperti survei yang dikemukakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada

tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 171,17 juta jiwa, angka ini setara dengan 64,8 persen dari total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Lalu, APJII juga mencatat penetrasi tertinggi datang dari umur 15-19 tahun sebesar 91%. Disusul kelompok usia 20-24 tahun (88,5%) dan 25-29 tahun (82,7%). Penetrasi terendah datang dari kelompok 65 tahun ke atas sebesar 8,5% (Lukman Aziz, 2021).

Dalam konteks ini, media sosial yang awalnya berfungsi sebagai alat eksistensi diri, kini fungsi tersebut merambah untuk mempengaruhi iklim politik suatu negara. Apalagi di Indonesia, negara demokrasi yang sangat besar jumlah pemilihnya serta sebagai negara yang mendapatkan poin tertinggi dalam penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dalam politik di Indonesia saat ini berjalan semakin intens, disebabkan seluruh partai politik melakukan kegiatan pemilu terutama kampanye dalam menggalang simpati publik dilakukan hampir di seluruh platform media sosial terutama Instagram, Facebook dan Twitter. Namun, ada satu platform yang menarik untuk diteliti yaitu Twitter dikarenakan menurut data yang dikutip dari Houtsuite™ We Are Social, Twitter menduduki posisi ke- 6 (enam) dan menjadi media sosial favorit buzzer politik. Dalam sebuah artikel di *Journalism Practice* (Vol. 6, 2012) berjudul "Twitter Links Between Politicians and Journalists," Peter Vermeij menyebutkan bahwa salah satu alasan Twitter dianggap sebagai berita stasiun radio TV adalah setengah dari topik hangat Twitter yang menjadi headline CNN. Karena Twitter memiliki kekuatan menjadi corong media arus utama, banyak pihak yang diuntungkan, terutama dunia politik.



Sumber: Datareportal.com

Hal ini juga dipertegas oleh Country Industry Head Twitter Indonesia, Dwi Adriansah yang mengatakan jumlah rata-rata harian pengguna Twitter di seluruh dunia pada 2019 meningkat 21% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Namun untuk Indonesia, peningkatan ini 3,5 kali lipat dari angka dunia. Dia juga mengungkapkan beberapa alasan di balik peningkatan ini. Salah satunya adalah kembalinya pengguna yang lama absen dari Twitter, khususnya di Generasi Z. Peningkatan rata-rata jumlah pengguna Twitter per hari ini disebabkan oleh meningkatnya peran Twitter sebagai media sosial utama untuk mengobrol dan berdiskusi. Dari obrolan dan diskusi yang serius hingga yang tidak berbahaya seperti tim bubur ayam diaduk atau tidak, semua dilakukan di Twitter. Selain itu, pengguna Twitter juga memiliki pola pikir yang berbeda dibanding pengguna media sosial lainnya (Putri, 2020).

Jika kita kembali ke beberapa proses pemilu dan pemilihan kepala daerah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, kita dapat melihat bahwa telah terjadi

pergeseran nyata dalam cara partai dan aktor politik menggunakan teknologi, komunikasi, khususnya Internet. Internet atau media baru tidak hanya dilihat sebagai bentuk layanan yang mendukung layanan pribadi seperti email atau sekadar mencari informasi secara online, tetapi media baru ini merupakan perubahan bentuk komunikasi antara khalayak dan media (politisi) dalam bentuk kegiatan dialog. Misalnya, pada Pemilu 2019, acara publik yang paling dinanti pada Pemilu 2019 adalah debat capres dan cawapres yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Salah satu bukti kekuatan Twitter yaitu saat debat berlangsung hampir 290.000 tweet per menit muncul meramaikan cuitan-cuitan dalam menanggapi konteks debat. Acara debat yang disiarkan langsung oleh saluran TV hanyalah sarana dimana ulasan dan opini masyarakat tidak dapat disampaikan ke arena penjurian bagi pengguna internet (warga) pindah ke media sosial seperti Twitter. Twitter telah menjadi sarana bagi para pengguna internet untuk mengkritik pasangan calon yang mereka dukung dan lawannya, baik dari segi penampilan, isi debat, maupun cara mereka berkomunikasi saat debat. Adapun tagar-tagar yang banyak dicuitkan selama debat berlangsung bahkan setelahnya, antara lain #DebatPintarJokowi, #PrabowoMenangDebat, #DebatPilpres2019. Tak hanya itu, muncul tagar-tagar yang selalu menghiasi trending topik Twitter yaitu #2019GantiPresiden, #PrabowoBicaraBenar, #ShameOnYouJokowi, #Capres01Bohong. Tagar-tagar tersebut tak jarang pula dibagikan dengan konten dari suatu media untuk menambah validitasnya. Kehadiran Twitter sebagai pusat media sosial di bawah kendali pengguna, baik isi hingga substansi yang diposting menjadikan pengguna sebagai raja media sosial mereka, baik sebagai alat

propaganda publik, ataupun sebagai sarana untuk mengalahkan lawan maupun untuk mendapatkan dukungan dan mempengaruhi pengguna Internet untuk kepentingan mereka. pendapat dan pilihan. Terjadinya perang statement di Twitter membuat konflik pemilu terjadi dengan sangat bar-bar dan membuat suhu politik masyarakat menjadi panas sehingga mudah terjadi gesekan diluar media sosial.

Dengan seluruh paparan diatas, pemilih pemula yang aktif di media sosial terutama di Twitter akan menjadi objek penelitian yang akan dilakukan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), memilih UMY dikarenakan UMY menjadi salah satu kampus swasta islam yang menerima ajakan kerja sama dengan Bawaslu terkait Program pengawasan partisipatif Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Pengawasan Penyelenggaraan Pemilu 2019 yang erat kaitannya dengan partisipasi masyarakat dalam bidang politik. Program pengabdian mahasiswa kepada masyarakat ini menjadi salah satu program terobosan yang dilakukan Bawaslu yang bekerjasama dengan perguruan tinggi guna meningkatkan peran mahasiswa dalam mengawal pelaksanaan penyelenggaraan pemilihan umum. Hal ini menjadi keunggulan dikarenakan UMY menjadi salah satu dari 6 (enam) perguruan tinggi yang dipilih oleh Bawaslu dalam memuluskan pelaksanaan programnya, diantaranya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Hasanuddin (Unhas), Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW), Universitas Balikpapan (Uniba), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Sulawesi Selatan, Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar (Robi, 2019).

Lalu terkait responen yang dipilih yaitu mahasiswa Fakultas Sosial dan Politik angkatan 2016. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan

2016 dipilih karena sebagian besar mahasiswa tersebut pernah mengikuti program Bawaslu peran serta masyarakat dan pernah menerima atau mengambil mata kuliah pengantar di fakultas ilmu politik. Hal ini juga dikarenakan sebagian besar dari mahasiswa Fakultas Sosial dan Politik yang memiliki dan aktif menggunakan Twitter saat berlangsungnya Pemilu 2019 untuk menyuarakan pendapatnya maupun hanya memantau pemberitaan dari linimasa. Cuitan-cuitan yang muncul dari akun-akun politik maupun tidak menjadi bahan perdebatan di linimasa hingga saat bertatap muka di kampus yang seringkali menimbulkan konflik. Hal ini menjadikan suatu hal yang penting untuk diteliti bawasanya seberapa jauh pengaruh penggunaan Twitter terhadap pilihan para pemilih pemula khususnya mahasiswa Fakultas Sosial dan Politik angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah peneliti pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

Seberapa jauh pengaruh penggunaan Twitter terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu 2019?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan meneliti sejauh mana pengaruh penggunaan Twitter terhadap partisipasi politik pemilih pemula secara umum memiliki tujuan:

1.3.1.1 Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan *Twitter* terhadap partisipasi politik pemilih pemula.

1.3.1.2 Untuk mengetahui peran media sosial dan pengaruh pemberitaan politik di media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Studi ini terkait dengan upaya mengumpulkan informasi dan data tentang dampak penggunaan Twitter terhadap keterlibatan politik di kalangan pemilih baru/milenial. Manfaat dari hasil penelitian ini bersifat teoritis dan praktis. Manfaatnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.3.2.1 Secara Teoritis

- (1) Berkontribusi terhadap khazanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu politik, khususnya komunikasi politik, pendidikan politik, dan pemahaman politik.
- (2) Memberikan penelitian ilmiah kepada masyarakat umum khususnya perguruan tinggi tentang pentingnya pemutakhiran strategi komunikasi politik dan pendidikan politik di era milenium.
- (3) Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa media sosial dapat digunakan sebagai media pendidikan politik.

1.3.2.2 Secara Praktis

- (1) Bagi milenial: dapat memotivasi milenial pemanfaatan dan penggunaan media sosial khususnya, *Twitter* sebagai upaya memperdalam pemahaman politik, sehingga mereka memiliki kesadaran politik yang tinggi dan membuat keputusan politik yang rasional.
- (2) Bagi partai politik: sebagai kriteria untuk mengoptimalkan peran dan fungsi partai politik sebagai sarana pendidikan politik bagi masyarakat sehingga

mampu meningkatkan literasi politik masyarakat, serta memberikan perspektif dalam menentukan metode dan strategi kampanye yang kreatif dan efektif dengan memanfaatkan berbagai media.

- (3) Bagi Departemen Pendidikan Kewarganegaraan: penelitian ini bermanfaat sebagai referensi ilmiah dalam Pendidikan Kewarganegaraan, khususnya dalam penelitian Ilmu Politik yang berkaitan dengan Komunikasi Politik dan Pendidikan Politik.
- (4) Bagi peneliti: menambah wawasan, mendapatkan pengalaman langsung, dan mempelajari pengaruh media sosial, khususnya *Twitter*, terhadap keterlibatan politik pemilih pemula.

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Frentia Riskiyani (2019)	Pengaruh Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden Terhadap Kecenderungan Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilpres Tahun 2019 Di Sma N 1 Way Jepara	Kuantitatif: • Validitas Angket • Uji Coba Angket	Peneliti menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang cukup signifikan tentang pemberitaan media massa terhadap perilaku pemilih pemula.
2.	Ike Atikah Ratnamulyani	Peran Media Sosial Dalam	Kualitatif-deskriptif	(1) Politisi Kabupaten Bogor,

	<p>Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi (2020)</p>	<p>Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor</p>	<p>tidak dapat mengoptimalkan penggunaan aplikasi jejaring sosial internet untuk tujuan advokasi meningkatkan partisipasi pemilih pemula kalangan pelajar.</p> <p>(2) Politisi cenderung kurang memanfaatkan potensi pemilih pemula dikalangan pelajar yang sebagian besar memiliki akun media sosial untuk kepentingan kampanye pemilihan legislatif Kabupaten Bogor.</p> <p>(3) Pemanfaatan sosial media belum dianggap hal penting</p> <p>(4) Secara keseluruhan, konten kampanye</p>
--	--	---	--

				yang dipublikasikan di media sosial kurang menarik.
3.	Eta Yuni Lestari dan Nugraheni Arumsai (2018)	Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Semarang Di Kota Semarang	Kualitatif-deskriptif	Ditemukan hal yang mempengaruhi pemilih pemula dalam menentukan pilihan pada pemilihan walikota (pemilihan wali kota) kota Semarang: Partisipasi Pemilih Pemula dalam Menggunakan Hak Pilih Faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan pemilih pemula dalam pemilihan wali kota kota Semarang.
4.	Sherly Nelsa Fitri (2018)	Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye	Deskriptif	Tagar #2019GantiPresiden ditemukan menjadi tagar yang bisa menjadi suatu

		dalam Pemilu		bagian dari black campaign jika dalam perkembangannya tagar ini melanggar Pasal 280 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.
5.	Adelina Fitri (2018)	Dinamika Dan Tantangan Jelang Pemilu Presiden Tahun 2019	Penelitian kepustakaan atau <i>library research</i>	Pemilihan pemimpin yang baik harus dilaksanakan dengan masyarakat yang cerdas, masyarakat yang cerdas dilahirkan melalui pendidikan politik yang mencerdaskan pula, pendidikan politik yang baik didasari oleh keterbukaan, transparansi dan aksesibilitas yang baik pula.

6.	Iswandi Syahputra, (2017)	Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia	Kualitatif	Penelitian ini secara teoritik memberi implikasi pada perubahan atau pergeseran konsep opinion leader pada teori two step communication yang berkembang dalam tradisi media massa konvensional kepada opinion maker yang berkembang dalam tradisi media baru seperti media sosial.
7.	Christiany Judhita (2019)	Dukungan Sosial Warganet Di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden Pada Debat Pemilu 2019	Kualitatif	Identifikasi topik besar dan kecil di Tweet Warganet tentang gaya komunikasi kandidat selama debat. Hastag-hastag tercermin dalam dukungan pengguna internet

				karena subtopik dalam tweet pengguna internet terutama dalam bentuk penghinaan, dukungan, serta penolakan masing masing calon.
8.	Tri Suharman (2019)	Representasi Makna Tagar #2019gantipresiden Dalam Kampanye Pemilu 2019 Di Media Sosial Twitter	Kualitatif	Makna konotasi dan mitos yang merepresentasikan tanda pagar tersebut di media sosial twitter. Makna konotasi yang diperoleh dari teks yang menyematkan hastag tersebut yaitu; (1) Masyarakat diatur pilihannya dalam Pemilu 2019 yang tepat sesuai standar tertentu, (2) Masyarakat membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan dalam Pilpres 2019, (3)

				Masyarakat dituntut untuk tidak lagi memilih Jokowi dalam Pemilihan Presiden 2019, (4) Masyarakat harus memilih Prabowo Subianto dalam Pilpres 2019.
9.	Afindiary Novalinda Viani (2017)	Pengaruh Twitter Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014	Kuantitatif: <ul style="list-style-type: none"> • Uji Validitas dan Reliabilitas • Uji t, Uji f, dan Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) 	Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan kata lain, terdapat besaran pengaruh positif yang signifikan antara penggunaan media jejaring microblogging twitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
10.	Rafika Nuari (2015)	Pengaruh Kampanye	Kuantitatif	Pengaruh Kampanye Capres-

		Capres-Cawapres Di Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2014		Cawapres Di Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2014.
--	--	--	--	---

1.4.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Frenia Riskiyani (2019)	Pengaruh Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden Terhadap Kecenderungan Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilpres Tahun 2019 Di Sma N 1 Way Jepara	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • Deskriptif • Objek: Pemilih Pemula 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Bebas: Konflik Pemilu Twitter dengan Pemberitaan Media Massa
2.	Ike Atika Ratnamulya ni dan Beddy Iriawan Maksudi (2020)	Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif • Objek: Pemilih Pemula 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif

3.	Eta Yuni Lestari dan Nugraheni Arumsari (2018)	Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Semarang Di Kota Semarang	• Deskriptif	• Kuantitatif
4.	Sherly Nelsa. Fitri, (2018)	Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPreside n Sebagai Sarana Kampanye dalam Pemilu	• Deskriptif	• Kuantitatif
5.	Adelina Fitri (2018)	Dinamika Dan Tantangan Jelang Pemilu Presiden Tahun 2019	• Deskriptif	• Kuantitatif • Objek Penelitian
6.	Iswandi Syahputra (2017)	Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia	• Deskriptif	• Kuantitatif • Objek Penelitian
7.	Christiany Judhita (2019)	Dukungan Sosial Warganet Di Twitter Terhadap Gaya Komunikasi Pasangan Calon Presiden Pada Debat Pemilu 2019	• Deskriptif	• Kuantitatif • Objek: Konflik Pemilu di Twitter dengan Gaya Komunikasi Paslon

8.	Tri Suharman (2019)	Representasi Makna Tagar #2019gantipresiden Dalam Kampanye Pemilu 2019 Di Media Sosial Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Bersumber pada media sosial yang sama 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif • Variabel Bebas: Konflik Pemilu di Twitter dengan Representasi Makna
9.	Afindiary Novalinda Viani (2017)	Pengaruh Twitter Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek: Pemilih Pemula Mahasiswa UMY dengan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika UMS
10.	Rafika Nuari dan Bernika Yustisiana (2015)	Pengaruh Kampanye Capres-Cawapres Di Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2014	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek: Kampanye di Media Sosial dengan Konflik Pemilu di Twitter

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing peneliti membahas topik konflik pemilu, partisipasi politik dan pemilih pemula. Terdapat penelitian mengenai partisipasi politik pemilih pemula namun belum ada peneliti yang meneliti partisipasi politik pemilih pemula di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Oleh karena itu penelitian ini akan mengkaji bagaimana konflik yang ada di Twitter mampu mempengaruhi partisipasi politik pemilih pemula di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam Pemilu Capres-Cawapres 2019 (Lock. A & Harris. P, 1996).

1.5 Kerangka Teori

Untuk dapat menganalisis dengan baik penelitian yang berjudul Pengaruh Twitter Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Tahun 2019, maka dengan itu ada beberapa teori yang diperlukan sebagai faktor pendukung keberhasilan penelitian ini, di antaranya adalah:

1.5.1 Media Sosial

1.5.1.1 Pengertian Media Sosial

Keberadaan media dengan segala manfaatnya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Era telah melahirkan banyak jenis media, termasuk jejaring sosial. Media sosial adalah media di Internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk hubungan sosial virtual dengan orang lain. Media sosial adalah media digital tempat realitas sosial dan ruang-waktu penggunaannya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat/komunitas ditampilkan dalam format yang sama atau berbeda di Internet. Pada dasarnya, beberapa paka internet telah menemukan bahwa media

sosial di internet adalah gambaran dari apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarism (Nasrullah R., 2016).

Selain pernyataan di atas, berikut adalah definisi media sosial yang diambil dari berbagai publikasi penelitian (Fuchs C. dalam Nasrullah, 2016):

- (1) Menurut (Mandibergh, 2012), jejaring sosial adalah sarana yang memungkinkan terjadinya kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
- (2) Menurut (Shirky, 2008), jaringan sosial dan perangkat lunak sosial adalah alat untuk meningkatkan kemungkinan berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan kolektif yang semua di luar kerangka-kerangka kerja kelembagaan dan organisasi.

Sedangkan menurut peneliti, jejaring sosial adalah media online di mana setiap pengguna dapat dengan bebas berbagi atau terlibat baik dalam informasi maupun hiburan yang dapat mendorong interaksi sosial.

1.5.1.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki sejumlah karakteristik yang tidak dimiliki jenis media lain. Ada batasan dan fitur khusus yang hanya dimiliki jejaring sosial. Berikut adalah beberapa ciri-ciri jejaring sosial (Nasrullah R., 2016):

(1) Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

(2) Informasi

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

(3) Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

(4) Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

(5) Simulasi Sosial

Media sosial mendukung keberlangsungan komunitas di dunia maya (virtual). Layaknya sebuah negara, jejaring sosial juga memiliki aturan dan etika bagi penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mungkin menggambarkan kejadian yang sebenarnya, namun interaksi yang terjadi terkadang merupakan simulasi yang sama sekali berbeda.

(6) Konten oleh Pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten di jejaring sosial sepenuhnya milik pengguna dan pemilik akun. Konten buatan pengguna ini menunjukkan

bahwa pemirsa jejaring sosial tidak hanya membuat konten mereka sendiri, tetapi juga mengonsumsi konten yang dibuat oleh pengguna lain.

(7) Penyebaran

Penyebaran adalah fitur lain dari media sosial, tidak hanya melalui produksi dan konsumsi konten, tetapi juga melalui distribusi aktif dan pengembangan konten pengguna.

1.5.1.3 Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu contoh media online yang memiliki pengguna di seluruh dunia. Media sosial sering digunakan untuk berbagi dan berinteraksi. Tidak jarang jejaring sosial digunakan sebagai sarana interaksi sosial. Ini karena memiliki akses mudah ke media sosial kapan saja, di mana saja (Hilda, 2017).

Selain pernyataan tersebut, ada juga beberapa fitur media sosial lainnya di sini, di antaranya:

(1) Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial menyimpan jutaan berita, informasi, dan pengetahuan hingga berita terkini, yang sebenarnya lebih cepat sampai ke masyarakat melalui media sosial daripada melalui media lain seperti televisi.

(2) Mendapatkan hiburan

Tidak selamanya keadaan fisik atau emosional seseorang lancar, senang, dan tanpa ada masalah, pasti setiap orang merasa sedih, stres, dan jenuh terhadap sesuatu. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi segala perasaan

yang bersifat negatif tersebut adalah mencari hiburan sambil bermain di jejaring sosial.

(3) Komunikasi online

Pengguna dapat dengan mudah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara online, seperti mengobrol, berbagi status, mengumumkan berita, dan mengirim undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi online dinilai lebih efisien dan efektif.

(4) Menggerakkan masyarakat

Adanya permasalahan yang kompleks mulai dari politik dan pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA) dapat memancing reaksi masyarakat yang beragam. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan kritik, saran, kritik, dan pembelaan melalui jejaring sosial.

(5) Sarana berbagi

Jejaring sosial sering digunakan oleh banyak orang untuk berbagi informasi yang berguna dari orang ke orang. Melalui pertukaran informasi ini, diharapkan banyak pemangku kepentingan dalam dan luar negeri akan menerima informasi tersebut.

1.5.1.4 Terpaan Media

Eksposur atau terpaan media adalah intensitas situasi di mana pemirsa terpapar berita yang disiarkan melalui media (Efendy, 1990). Menurut Sari (Krisyantono, 2009), keberadaan media dapat dipengaruhi oleh jenis media yang digunakan, seberapa sering digunakan, dan berapa lama digunakan. Dari sini dapat disimpulkan

bahwa keberadaan media dapat diukur berdasarkan frekuensi, durasi, dan intensitas, sehingga pengukuran keberadaan tweet di Twitter dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Frekuensi, adalah berapa kali perilaku itu diulang. Membaca *Tweet* di *Twitter* bisa saja berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, bisa setiap hari, seminggu sekali atau pun sebulan sekali, tergantung dari masing-masing individu. Dalam penelitian ini diukur dengan berapa kali seseorang membaca *Tweet* di *Twitter* dalam sebulan.
- (2) Intensitas, merupakan tingkatan perhatian. Indikator untuk mengukur kekuatan membaca tweet di Twitter adalah faktor internal dan eksternal yang menarik perhatian. Studi ini mengukur apakah seorang individu memperhatikan konteks konten tweet individu lainnya di Twitter.

1.5.1.5 Efek Media Terhadap Perilaku

Media pada hakikatnya adalah alat untuk menyampaikan pesan. Menurut Rogers (Muslimin, 2010), definisi komunikasi adalah proses dimana ide-ide ditransfer dari sumber ke satu atau lebih penerima untuk mengubah perilaku mereka. Surat kabar dan media elektronik merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat umum. Tentu saja, ketika menggunakan media, seseorang melalui proses berkomunikasi dengan panca indera. Misalnya, jika seseorang membaca tweet di Twitter, itu berarti mereka melalui proses komunikasi dengan melihat dan mendengarnya.

Media perlahan-lahan dapat membentuk perspektif dan opini tentang berurusan dengan diri mereka sendiri dan kehidupan sehari-hari mereka. Seperti halnya keberadaan internet bagi sebagian orang, digunakan sebagai media untuk mencari

informasi dan berbagai hiburan. Beberapa orang menyertakan video yang menunjukkan contoh fakta tentang orang yang kepribadian dan fisiknya dianggap berperilaku baik (Hamidi, 2010). Informasi dan pesan yang disampaikan oleh media membantu orang menjadi lebih baik, lebih bahagia, dan lebih puas, tetapi mereka kurang aman, percaya pada diri sendiri, dan merasa rendah diri dari orang lain, masyarakat perlu berperan aktif dalam memilih pesan komunikasi yang diinginkan.

1.5.1.6 Hubungan Antara Terpaan Media dan Perilaku

Menurut kamus KBBI, konsep paparan adalah sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu. Paparan dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan media atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan tersebut yang mungkin terjadi secara individu atau kelompok. Pemaparan media seringkali sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, tetapi sekarang juga ditentukan oleh kegigihan motivasi dan kepuasan media sosial dalam Politik

(1) Media Sosial dalam Politik

Kehidupan anak muda saat ini terkait erat dengan jejaring sosial. Media sosial memungkinkan kita untuk mempromosikan kepentingan pribadi kita dengan cara yang berbeda. Orang dapat dengan mudah mengakses jejaring sosial kapan saja, di mana saja. Menjelang Pilpres 2019, partai-partai tersebut telah turun ke lapangan, bertemu langsung dengan nelayan dan tukang ojek, dan aktif meluncurkan kampanye pemilu melalui media sosial. Dalam hal ini, semua orang sepakat bahwa tujuan utama para aktor politik yang mendominasi pasar media sosial adalah untuk

memenangkan suara. Banyak informasi di media sosial bisa menjadi alat politik dan terkadang hanya untuk nama baik. Menurut studi yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), 60,6% Gen Z yang lahir antara 1995 hingga 2005 mengakses berita politik dan pemilihan presiden melalui jejaring sosial.

Metode kampanye tradisional, seperti mobilisasi massa untuk demonstrasi, ditinggalkan karena dianggap tidak efektif. Ide, gagasan, dan aspirasi orang mulai berpindah ke dunia maya, di mana orang berdiskusi, berdebat, dan bahkan berdebat secara tatap muka. Dengan ini, para pelaku politik yang kelak menjadi presiden tentunya lebih memanfaatkan ruang dunia instan ini. Keuntungannya sudah jelas, jika satu pihak berhasil mendominasi pilihan generasi muda, maka peluang kemenangan mereka dalam pesta demokrasi nanti besar.

Selain itu, berkat jejaring sosial, ada komunikasi politik dua arah yang kuat dengan pemilih. Fitur-fitur yang ada seperti halaman, berbagi foto dan video, iklan, website, bahkan game yang bisa dijadikan berita politik semakin mendominasi media sosial. "Strategi politik yang paling sederhana adalah dikenal melalui media sosial," kata Staf Komunikasi Khusus Presiden Johann Budi Sapt Pribowo. Akses mudah ke media sosial sangat mempercepat transfer informasi. Politisi dapat dengan mudah mengungkapkan visi, misi, dan agendanya melalui media sosial. Pendapat, suara atau kontribusi dari masyarakat juga dapat diterima dengan mudah tanpa harus melalui perantara tiga langkah yang rumit. Media sosial membuka aksesibilitas dan kenyamanan yang luas.

Salah satu contoh yang menarik perhatian publik adalah nama Bapak Joko Widodo langsung menjadi trending topik di berbagai *headline* artikel-artikel

Indonesia ia mengenakan bomber Zara dan sepatu kets apung bahasa Yeezy 350 Beluga V2 saat berkunjung ke Selandia Baru dan saat bertemu dengannya. Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto di Kebun Bogor Raya. Contoh ini semakin menegaskan pentingnya keberadaan jejaring sosial dalam kampanye para tokoh politik.

Dampak dari anak muda itu sendiri memiliki persepsi bahwa politik itu kotor tidak dapat disangkal menjadi salah satu alasan kaum Milenial acuh tak acuh terhadap politik. Forum informal ini diperlukan untuk membuka mata kaum awam dan generasi muda untuk lebih memahami politik. Atau, juga dapat digunakan untuk mengklarifikasi atau mendiskusikan masalah politik dengan kelompok yang setara. Anak muda saat ini cenderung membenci media arus utama yang mereka anggap ketinggalan zaman, rumit dan sulit diakses. Surat kabar adalah contohnya. Anak muda jarang membaca koran. Oleh karena itu, pendidikan politik juga harus beradaptasi dengan budaya anak muda. Namun, pemerintah sendiri juga harus memperhitungkan optimisme anak muda agar tidak merasa tersisih. Keluhan yang sering mereka sampaikan juga penting dan perlu mendapat perhatian khusus. Intinya, berilah generasi muda panggung untuk mencicipi dunia politik.

1.5.2 Partisipasi Politik Pemilih Pemula

1.5.2.1 Pengertian Partisipasi Politik

Partisipasi merupakan salah satu prinsip dasar pemerintahan yang baik, sehingga banyak orang melihat partisipasi sebagai strategi awal untuk memulai reformasi pada tahun 1998. Partisipasi berasal dari bahasa latin yaitu *pars* yang artinya bagian dan *capere* yang artinya mengambil peranan dalam aktivitas atau

kegiatan politik negara. Apabila digabungkan berarti “mengambil bagian”. Dalam bahasa Inggris, *participate* atau *participation* berarti mengambil bagian atau peranan. Dengan demikian, berpartisipasi berarti berperan dalam kegiatan politik atau kegiatan kenegaraan (Suharno, 2004).

Menurut Miriam Budiarjo (dalam Cholisin dkk., 2007), partisipasi politik secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan memilih pemimpin negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan publik (*public policy*). Kegiatan tersebut meliputi tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, menjadi anggota partai atau kelompok kepentingan, berinteraksi dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, dan banyak lagi.

Oleh karena itu, di negara-negara demokrasi secara umum dianggap bahwa semakin banyak partisipasi warga negara, semakin baik. Selama pelaksanaan, tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan bahwa warga mengikuti dan memahami isu-isu politik dan ingin berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya, tingkat partisipasi yang rendah seringkali dipandang sebagai pertanda buruk, karena dapat diartikan sebagai kurangnya perhatian banyak warga negara dalam urusan negara (Miriam, 2008).

1.5.2.2 Faktor-faktor Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan kegiatan yang mau tidak mau dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Surbakti (1992), ia menyebutkan dua variabel penting yang mempengaruhi tingkat partisipasi politik seseorang. Pertama, aspek kesadaran

politik pemerintah. Ideologi politik berarti memahami hak dan kewajiban warga negara. Misalnya, hak politik, hak ekonomi, hak perlindungan hukum, kewajiban ekonomi, kewajiban sosial, beserta implementasinya. Selain itu, ada faktor independen (bukan variabel independen). Artinya rendahnya tingkat kedua faktor tersebut dipengaruhi oleh faktor lain, seperti status sosial, afiliasi politik orang tua, dan pengalaman organisasi. Status sosial berarti kedudukan seseorang berdasarkan keturunan, pendidikan, pekerjaan dan status ekonomi adalah posisi seseorang dalam masyarakat, berdasarkan kepemilikan kekayaan. Seseorang yang berstatus sosial dan ekonomi tinggi diharapkan tidak hanya memiliki pengetahuan politik, tetapi juga memiliki minat dan kepedulian terhadap politik serta percaya kepada pemerintah (Surbakti, 1992).

Sedangkan menurut Milbrath yang dikutip oleh Althoff (1989) memberikan banyak alasan keikutsertaannya, yaitu:

Pertama, terkait dengan penerimaan bantuan politik. Milbrath mengatakan bahwa keterbukaan dan kepekaan seseorang terhadap rangsangan politik melalui kontak pribadi, organisasi dan media massa akan mempengaruhi partisipasinya dalam kegiatan politik.

Kedua, terkait dengan karakteristik sosial seseorang. Bisa kita sebutkan seperti status ekonomi, suku, usia, jenis kelamin dan kepercayaan (agama). Kepribadian seseorang berdasarkan faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang relatif besar terhadap partisipasi politik.

Ketiga, untuk meringkas sifat dan sistem partai di mana individu tinggal. Seseorang yang hidup di negara demokrasi, partai-partai politiknya cenderung

mencari dukungan massa dan memperjuangkan kepentingan massa, sehingga massa cenderung berpartisipasi dalam politik.

Keempat, khususnya perbedaan wilayah. Perbedaan ini merupakan aspek lingkungan yang mempengaruhi perbedaan kepribadian dan perilaku setiap individu. Perbedaan wilayah juga mendorong perbedaan perilaku politik dan partisipasi politik.

Partisipasi pemilih baru dalam pemilihan presiden secara langsung terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Ada banyak pertimbangan dalam menggunakan hak pilih. Visi dan misi kandidat yang baik dapat terlihat bahkan tanpa jaminan setelah kandidat terpilih. Selain itu, dalam bentuk referensi yang digunakan untuk memilih, ini adalah mereka kandidat yang memberikan uang, dan kandidat yang diusung oleh partai yang dianggap pemilih pemula sesuai dengan kriterianya. Pada perilaku pemilih yang rasional pemilih akan menentukan pilihannya berdasarkan isu politik dan kandidat yang diajukan serta kebijakan yang dinilai menguntungkan baginya yang akan ia peroleh apabila kandidat pilihannya terpilih. Pemilih yang rasional tidak hanya pasif dalam berpartisipasi tetapi aktif serta memiliki kehendak bebas.

1.5.2.3 Bentuk Partisipasi Politik

Paige (dalam Cholisin dkk., 2007) mengacu pada tingkat kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah (sistem politik dibagi menjadi empat kategori, yaitu partisipasi aktif, partisipasi pasif tertekan (apatis), partisipasi militan radikal, dan partisipasi pasif. Partisipasi aktif, yaitu apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah tinggi. Sebaliknya, jika

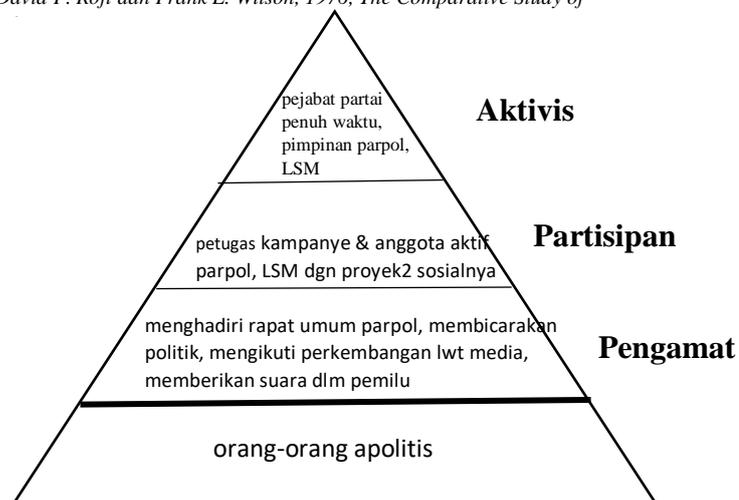
kesadaran politik dan kepercayaan rendah kepercayaan terhadap pemerintah, partisipasi politik cenderung pasif tertekan (apatis) terjadi partisipasi aktivis radikal ketika kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan pada pemerintah sangat rendah Dan jika kesadaran politik sangat rendah tetapi kepercayaan pada pemerintah sangat tinggi maka partisipasi ini disebut tidak aktif (pasif).

Berbagai bentuk partisipasi politik yang terjadi di berbagai negara dapat dibagi menjadi kegiatan politik tradisional dan non-tradisional yang dapat legal (petisi) atau ilegal (kekerasan atau revolusi). Bentuk dan frekuensi partisipasi politik dapat dijadikan sebagai ukuran stabilitas sistem politik, keutuhan kehidupan politik, dan kepuasan atau ketidakpuasan warga negara.

Selanjutnya David F. Roft dan Frank yang dikutip oleh Rahman H I (2007) mengutip bentuk partisipasi masyarakat menurut intensitasnya. Kekuatan minimum sebagai pengamat, kekuatan rata-rata sebagai peserta, dan kekuatan maksimum sebagai peserta. Ketika kekuatan aktivitas masyarakat diratakan dalam aktivitas politik, maka terbentuklah piramida partisipasi politik.

Piramida Partisipasi Politik

(David F. Roft dan Frank L. Wilson, 1976, The Comparative Study of



Kelompok terendah dalam Piramida Partisipasi Politik adalah kelompok yang tidak berpartisipasi dan tidak terlibat dalam kegiatan politik. Disebut kelompok non politik oleh Roth dan Wilson (dalam Rahman H I, 2007). Kelompok di atas kelompok non-politik adalah kelompok pengamat, yang sering menghadiri rapat umum partai, membahas politik, melacak kemajuan melalui media, dan memberikan suara untuk pemilihan umum. Satu tingkat di atas kelompok observasi adalah kelompok peserta dalam kelompok ini. Kegiatan kelompok ini biasanya meliputi pekerjaan sebagai agen advokasi, anggota aktif partai politik, dan kelompok kepentingan dalam proyek sosial. Selanjutnya, kelompok di puncak piramida adalah kelompok pejuang. Populasi kelompok ini relatif kecil, menjadi pengurus partai, pemimpin partai, atau pelobi.

Bentuk partisipasi pemuda antara lain demonstrasi, pemogokan dan protes. Cara yang biasa digunakan oleh pemilih pemula untuk mengikuti pemilihan presiden adalah dengan bergabung dengan salah satu partai politik di daerahnya untuk mengikuti kegiatan kampanye dan ikut serta dalam diskusi politik di daerahnya.

Karakteristik utama yang dimiliki pemilih pemula, khususnya konteks partisipasi pemilih, adalah tingkat pendidikan dan jenis kelamin. Setiap komunitas memiliki masa lalu yang berbeda. Hal ini akan mempengaruhi tingkat partisipasi politik dalam pemilihan presiden. Selain berpartisipasi dalam dinamika aktivisme politik dijabarkan sebagai berikut:

a) Pemilih Pemula

Menurut Pahmi S. Y. (2010) pemilih adalah warga negara Indonesia yang berusia di atas 17 tahun atau warga negara Indonesia yang sudah /pernah kawin. Pemilih pemula terdiri dari dua kata: pemilih dan pemula. Pemilih adalah orang yang memilih. Sedangkan seorang pemula sedang memulai atau memulai sesuatu (KBBI online). Pemilih pemula adalah pemilih yang berusia antara 17-21 tahun atau baru pertama kali ikut memberikan suaranya (Zaky, 2009).

Menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008, pemilih adalah warga negara Indonesia yang berusia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih dan telah/pernah menikah. Kemudian, pasal 19 ayat (1 dan 2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 mengatur bahwa pemilih yang memiliki hak pilih adalah warga negara Indonesia yang terdaftar dalam daftar pemilih oleh penyelenggara pemilu dan pada hari pemilihan para pemilih sudah berusia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah menikah.

b) Ciri-ciri Pemilih Pemula

Mereka yang baru memilih biasanya adalah para pelajar, mahasiswi serta pekerja muda. Dalam pesta demokrasi, pemilih pemula sudah menjadi subyek aktivitas politik. Khususnya mereka yang membutuhkan pembinaan untuk mengembangkan potensi dan kapasitasnya secara optimal agar dapat menjalankan perannya dengan baik di bidang aktivisme politik. Pendidikan politik diperlukan bagi pemilih pemula untuk menjadi warga negara yang baik, menjunjung tinggi nilai-nilai luhur bangsa dan menyadari kewajibannya dalam kerangka nilai-nilai yang dianutnya.

Menurut Pahmi S. Y. (2010) ciri-ciri pemilih pemula sebagai berikut:

- Warga Negara Indonesia dari pemungutan suara sudah berusia 17 tahun atau lebih atau sudah kawin/pernah kawin.
- Baru mengikuti pemilu, memberikan hak pilihnya pertama kali sejak pemilu yang diselenggarakan di Indonesia dengan rentang usia 17-21 tahun.
- Mempunyai hak memilih dalam penyelenggaraan pemilihan umum.

1.5.3 Pemilu

1.5.3.1 Pengertian Pemilihan Umum

Pengertian Pemilihan Umum adalah suatu proses untuk memilih orang-orang yang akan menduduki kursi pemerintahan. Pemilihan umum ini diadakan untuk mewujudkan negara yang demokrasi, di mana para pemimpinnya dipilih berdasarkan suara mayoritas terbanyak. Pemilihan umum (Pemilu) menurut Haris (2006: 10) merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat, yang bersifat langsung, terbuka, masal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi. merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat, yang bersifat langsung, terbuka, masal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi. Menurut Ali Moertopo pengertian Pemilu sebagai berikut: “Pada hakekatnya, pemilu adalah sarana yang tersedia bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya sesuai dengan azas yang bermaktub dalam Pembukaan UUD 1945. Pemilu itu sendiri pada dasarnya adalah suatu Lembaga Demokrasi yang memilih anggota-anggota perwakilan rakyat dalam MPR, DPR,

DPRD, yang pada gilirannya bertugas untuk bersama-sama dengan pemerintah, menetapkan politik dan jalannya pemerintahan negara”.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas-asas yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

– Langsung

Langsung, berarti masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara.

– Umum

Umum, berarti pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan, dan status sosial yang lain.

– Bebas

Bebas, artinya semua warga negara yang memenuhi syarat sebagai pemilih dalam pemilihan umum bebas menentukan siapa yang akan dipilih untuk mencapai keinginannya tanpa tekanan atau paksaan dari siapa pun.

– Rahasia

Rahasia, berarti dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan suara mereka tanpa ada orang lain yang mengetahui terikait pilihannya.

– Jujur

Jujur, artinya semua pihak dalam pemilu harus bertindak dan sama-sama jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- Adil

Adil, Artinya dalam penyelenggaraan pemilu, semua pemilih dan peserta pemilu mendapat perlakuan yang sama dan tidak ada kecurangan dari pihak manapun.

1.5.3.2 Tujuan Pemilihan Umum

Pemilihan Umum (Prihatmoko, 2003) pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yakni:

- Sebagai mekanisme pemilihan kepala pemerintahan dan alternatif kebijakan public (public policy).
- Pemilu adalah pengalihan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan perwakilan rakyat melalui pejabat terpilih atau partai pemenang kursi untuk menjamin integrasi masyarakat.
- Pemilu adalah cara memobilisasi, menggerakkan atau menggalang dukungan rakyat untuk negara dan pemerintah dengan berpartisipasi dalam proses politik.

Selain itu, tujuan pemilihan dibuat berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012, yaitu bahwa pemilihan diadakan untuk memilih anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD/Pemerintah Kota dalam satu negara kesatuan. Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

1.5.3.3 Fungsi Pemilihan Umum

Menurut C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil Fungsi Pemilihan Umum sebagai alat demokrasi yang digunakan untuk:

- (1) Mempertahankan dan mengembangkan sendi-sendi demokrasi di Indonesia.

- (2) Mencapai suatu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila (Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia).
- (3) Menjamin suksesnya perjuangan orde baru, yaitu tetap tegaknya Pancasila dan dipertahankannya UUD 1945.

1.6 Definisi Konseptual

Pengertian konseptual adalah batasan pokok bahasan yang dapat diubah-ubah untuk dijadikan pedoman penelitian agar lebih mudah dioperasikan di lapangan. Untuk memahami dan memudahkan penafsiran dari berbagai teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan dijabarkan beberapa definisi konseptual terkait dengan apa yang akan dipelajari, antara lain:

1.6.1 Penggunaan Twitter

Menurut Sari (dalam Kriyantono R., 2006) terpaan media dapat dipengaruhi oleh jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan.

1.6.2 Partisipasi Politik

Menurut Miriam Budiarjo (Cholisin dkk., 2007) menyatakan bahwa partisipasi politik secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang atau sekelompok orang yang berpartisipasi aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan memilih kepala negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan publik (*public policy*).

1.6.3 Pemilih Pemula

Pemilih pemula merupakan pemilih yang berusia antara 17-21 tahun atau baru pertama kali ikut dalam pemilu (Zaky, 2009).

1.6.4 Pemilu

Pemilihan umum (Pemilu) (Haris, 2006) merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat, yang bersifat langsung, terbuka, masal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi.

1.7 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	2		3
Tingkat Penggunaan Twitter (X) Sari (dalam Kriyantono, 2009)	Tahapan penggunaan twitter ditetapkan berdasarkan tingkat frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan.	a. Intensitas penggunaan twitter b. Informasi yang di dapat dari twitter c. Ketertarikan berpartisipasi politik	<i>Likert</i>
Partisipasi Pemilih Pemula (Y) Miriam Budiarjo, (dalam Cholisin 2007:150) dan	Partisipasi politik secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan individu atau sekelompok orang yang berpartisipasi aktif	a. Tingkat kesadaran b. Keyakinan c. Pembentukan sikap	<i>Likert</i>

(Maesur zaky, 2009: 14).	dalam kehidupan politik. Artinya, melalui pemilihan kepala negara dan dampaknya langsung atau tidak langsung terhadap kebijakan publik. Pemilih pemula adalah pemilih yang berusia antara 17-21 tahun atau baru pertama kali ikut dalam pemilu.		
--------------------------	---	--	--

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan mempermasalahkan kedalaman data atau analisisnya. Metode yang digunakan dalam survei ini adalah metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi tentang berbagai responden yang dianggap mewakili populasi tertentu dari dua variabel dalam penelitian ini (Krisyantono, 2009). Artinya, penggunaan Twitter sebagai variabel bebas (X) dan partisipasi politik pemilih baru sebagai variabel terikat (Y). Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

1.8.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian perlu ditetapkan untuk membatasi kriteria-kriteria inklusi-inklusi atau memasukkan-mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh dari lapangan. Penentuan fokus penelitian bertujuan untuk membatasi dan memperjelas ruang lingkup pembahasan sehingga sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, fokus pertama penelitian ini membatasi dan memperjelas ruang lingkup dari informasi yang dibagikan melalui *tweet*.

1.8.3 Populasi

Populasi penelitian adalah kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap terhadap kehidupan, dan lain-lain. sehingga benda-benda tersebut dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2011). Populasi penelitian ini dikurangi dari seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menjadi hanya mahasiswa program studi Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum pemilu 2019. Populasi penelitian ini adalah 510 orang.

1.8.4 Sampel

Penelitian dengan populasi yang besar mungkin tidak dapat meneliti seluruh populasi di lokasi penelitian. Oleh karena itu, hanya perlu melakukan perhitungan di sebagian kecil dari unit populasi. Informasi diambil dari populasi yang representatif. Representasi dari populasi disebut sampel.

Rumus untuk mengukur sampel dengan pengukuran sampel yang dikembangkan oleh Slovin adalah:

$$S = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

e = batas kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%

S = jumlah sampel

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus ini peneliti menemukan ukuran sampel 45 untuk program Ilmu Pemerintahan dan 40 untuk ilmu media akan ditambah menjadi 85. Maka peneliti menyebarkan angket sebagai alat pengumpulan data penelitian kepada 85 mahasiswa program Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2016.

1.8.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. ujuan utama dari purposive sampling untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Setelah mengumpulkan data di lapangan, langkah selanjutnya adalah mengolah data yang ada. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah:

1.8.6.1 Kuisisioner

Data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah disediakan sebelumnya untuk mengumpulkan data dan informasi langsung dari responden yang terlibat. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur. Kuesioner penelitian ini ditujukan untuk pengumpulan data primer dan merupakan teknik pengumpulan data primer. Untuk mengolah data dalam bentuk kuesioner seperti yang ditunjukkan pada pernyataan, setiap pertanyaan mendapat alternatif jawaban berdasarkan metode Likert. Untuk tujuan analisis kuantitatif, tanggapan dapat direkam, misalnya:

- (1) Sangat Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 4
- (2) Setuju/sering/positif diberi skor 3
- (3) Tidak setuju/kadang-kadang diberi skor 2
- (4) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

1.8.6.2 Wawancara

Mengadakan tanya jawab secara langsung dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menjadi populasi penelitian untuk memperoleh informasi yang akurat dan lengkap. Wawancara dilakukan dengan tetap berpedoman pada daftar kuisisioner yang telah disusun.

1.8.7 Teknik Pengolahan Data

Data yang sudah diperoleh selanjutnya diolah melalui tahapan-tahapan berikut:

1.8.7.1 Editing

Data yang diperoleh diselidiki, termasuk keutuhan respon, diedit tanpa modifikasi data asli untuk menghindari kesalahan atau kesalahan ketik, untuk mendukung proses penyelidikan selanjutnya, dan data yang dihasilkan tetap utuh. Semua 85 responden menerima kuesioner dan semua responden mengembalikan kuesioner dalam kondisi tidak rusak, identitas pena lengkap, jawaban lengkap, dan teks yang jelas.

1.8.7.2 Koding

Tanggapan responden diklasifikasikan berdasarkan jenis pernyataan dan kemudian dikodekan dan diubah menjadi pengkodean. Pada tahap ini peneliti melakukan pra-penelitian terhadap tanggapan responden, mengklasifikasikan tanggapan, dan memberikan kode untuk setiap item dalam kuesioner satu per satu berdasarkan skala/nomor kode.

1.8.7.3 Data Entry

Peneliti mengelompokkan tanggapan serupa untuk setiap item dalam kuesioner 85 responden. Selama proses ini, jawaban atas pertanyaan dalam kuesioner dimasukkan ke dalam tabel dan diubah menjadi skor untuk menyederhanakan data sehingga mudah dipahami. Pada titik ini, data dianggap diproses, sehingga perlu segera dikompilasi ke dalam format yang telah dirancang sebelumnya.

1.8.7.4 Interpretasi

Interpretasi adalah langkah yang memberikan penjelasan atau mengkonstruksi data dalam sebuah tabel untuk menemukan makna yang lebih luas dengan

menghubungkan tanggapan responden dengan hasil lain, serta dari literatur yang ada sehingga dapat ditarik kesimpulan berupa hasil pencarian.

1.8.8 Teknik Analisis Data

1.8.8.1 Uji Validitas

Teknik validasi data dalam penelitian ini menggunakan validasi konstruktif. Pengecekan keabsahan struktur dilakukan dengan cara mengecek kuesioner yang telah diambil apakah valid atau tidak. Kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur yaitu apakah koefisien korelasi momen yang dihasilkan melebihi 0,3 dan jika koefisien korelasi product moment $> r\text{-tabel}(\alpha ; n-2)$ dimana $n =$ jumlah sampel (Siregar, 2013).

1.8.8.2 Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan teknik Alpha Cronbach. Kriteria suatu alat penelitian dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas (r_{ii}) $> 0,6$ (Siregar, 2013). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, yaitu jika ada data dari dua variabel penelitian yang diketahui yaitu variabel bebas X dan variabel terkait. Hubungan Y sedangkan nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan beberapa nilai X (Kiyantono, 2010).

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel dependen yang diprediksi)

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen dengan nilai tertentu)

a = Nilai interept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.