

BAGIAN**6****PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PERILAKU MEMILIH PARTAI POLITIK**

Oleh: Angga Ulung Tranggana

ABSTRAK

Intensitas yang tinggi menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi politik alternative, juga dapat mempengaruhi perilaku memilih masyarakat dan memungkinkan untuk mempengaruhi perilaku memilih partai politik. Tujuan penelitian ini ada mengetahui gambaran, hubungan dan pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku memilih masyarakat pada partai politik. Metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan inklusi responden adalah Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Daerah Pilihan Jawa Tengah IV (Wonogiri, Karanganyar dan Sragen). Metode Sampel menggunakan Multistage Random Sampling. Jumlah sampel 1.201 orang, Alat pengambilan data dengan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS. Hasil Penelitian deskriptif diketahui bahwa media WhatsApp menjadi media sosial yang paling banyak dimiliki masyarakat yaitu sebesar 73,% dan WhatsApp juga menjadi media yang paling sering digunakan sebesar 58,2%. Sedangkan hasil analitik menunjukan bahwa Media sosial memiliki hubungan (sig. 0,013)

dan pengaruh (sig.0,00) atau $<0,05$ secara signifikan terhadap tingkat partisipasi memilih partai politik. Saran perlu meningkatkan fungsi media sosial sebagai sarana informasi pemilu dan membuat aturan terkait penggunaan media sosial sebagai alat kampanye partai politik pada pemilu mendatang (2024).

PENDAHULUAN

Ketika perkembangan teknologi semakin pesat, terutama di bidang teknologi informasi maka peran media komunikasi semakin penting, komunikasi yang pada awalnya hanya sebatas proses interaksi personal secara *face to face*, kini berkembang secara online berbasis internet. Salah satu komunikasi yang banyak digunakan adalah media sosial. Dengan hadirnya media sosial tersebut menunjukkan telah terjadi pergeseran arah penggunaan media komunikasi, yang semula bersifat klasik (media elektronik dan cetak) dan kini mengalami perubahan kepada media baru (new media) berbasis internet yang menjadi saluran akses media sosial dalam berbagai bidang.¹

Kehadiran media sosial di era digital memiliki kecenderungan menguatkan tujuan yang digunakan untuk kepentingan tertentu. Masyarakat menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi politik *alternative*, juga dapat mempengaruhi perilaku memilih masyarakat. Peran utama media dalam suatu pemilihan umum lebih memfokuskan perhatian

masyarakat pada kampanye dan aktivitas politik yang sedang berlangsung mulai dari informasi seputar kandidat dan isu politik lainnya. Media merupakan sarana untuk mengenal dunia politik melalui informasi yang tersebar. Tidak sedikit media sosial tempat pertarungan antar ideologi politik, kepentingan yang dapat mengubah penggunaannya melihat sebuah persoalan.

Penggunaan media sosial menjadi salah satu pemanfaatan jaringan internet yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini, khususnya kelompok generasi Milenial. Fakta ini juga disampaikan dalam sebuah laporan dari agensi marketing We Are Sosial dan platform manajemen media sosial Hootsuite, di mana generasi milenial mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia. Di mana yang paling banyak berasal dari kalangan muda dengan rentang usia 25-34 tahun. Hampir semua (99,1 persen dari 168,5 juta) pengguna media sosial mengakses lewat perangkat mobile seperti smartphone.²

Membangun komunikasi politik yang baik dan efektif tentunya menjadi pekerjaan rumah besar bagi semua partai politik jika mereka ingin mendapatkan suara pada pemilu 2024 mendatang. Komunikasi politik antara parpol dan masyarakat sejatinya tidak hanya dibangun pada masa kampanye politik. Meskipun masa itu adalah waktu yang paling efektif dan krusial dalam mendekati dan mengajak pemilih untuk menentukan pilihannya. Membangun komunikasi politik secara intens dan

berkelanjutan adalah hal yang paling baik dan benar untuk dilakukan oleh partai politik. Dalam sebuah sistem politik, parpol merupakan salah satu agen penting untuk menampung dan menyalurkan aspirasi dari masyarakat kepada pembuat kebijakan.³

Berdasarkan Hasil penelitian Yusran, 2022 pada jurnal Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih pada Pemilu 2024 mengatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap partisipasi pemilih dan Perilaku pemilih berpengaruh terhadap partisipasi pemilih⁴. Sehingga untuk meningkatkan partisipasi pemilih agar para kandidat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan pendidikan politik bagi seluruh lapisan masyarakat agar perilaku pemilih lebih baik. Pengaruh media sosial terhadap perilaku memilih dan partisipan memilih mewajibkan partai politik untuk terus memanfaatkan secara optimal media sosial baik Facebook, WhatsApp, Instagram, Tiktok, Twitter dan lainnya.

Fakta bahwa pengguna media sosial didominasi oleh generasi milenial selayaknya membuka mata partai politik yang nantinya akan menjadi peserta pada pemilu 2024. Menggunakan metode lama dalam membangun komunikasi yang intensif dan efektif dengan konstituen yang memiliki karakter berbeda seperti generasi milenial, tentunya harus dipikirkan ulang. Mengandalkan media massa mainstream tentunya akan memberikan pertanyaan

besar apakah cara tersebut masih efektif digunakan untuk mendekati kelompok pemilih pemula. Mengingat keseharian mereka lebih dekat dengan perangkat internet, seperti Laptop dan Ponsel. Dengan adanya fakta potensi yang signifikan dari pemilih muda dalam pemilu 2024 dan fakta bahwa mereka adalah kelompok usia dengan tingkat penetrasi internet tertinggi, khususnya media sosial, lalu bagaimana hubungan penggunaan media sosial terhadap perilaku memilih masyarakat terhadap partai politik

PEMBAHASAN

Media Sosial

Menurut Mayfield dalam Rudi Rahman, 2017 media sosial dimaknai sebagai suatu format baru dari media online. Berikut ini beberapa indikator yang biasanya terdapat pada media sosial, yakni 1) *Participation* (keikutsertaan), Media sosial memberi andil berupa feedback atas ketertarikan orang-orang. 2) *Openness* (keterbukaan), Keterbukaan sebagian besar media sosial dalam penerimaan suatu umpan balik serta partisipasi. 3) *Conversation* (percakapan), Media sosial memiliki cara berkomunikasi dengan lebih baik, yakni penggunaan metode percakapan dua arah. 4) *Community* (masyarakat), Media sosial memungkinkan kelompok terbentuk secara cepat serta dapat mengefektifkan komunikasi disebabkan karena kelompok tersebut merupakan tempat berbagi

dan minat yang serupa. 5) *Connectedness* (menghubungkan), Perkembangan secara luas berbagai jenis sosial media adalah karena interaksi mereka⁵.

Berbeda dengan media massa yang mana informasi diproduksi dan diseleksi untuk ditampilkan oleh jurnalis/perusahaan media, media sosial adalah platform berbasis digital yang memberikan ruang bagi penggunanya untuk mengemukakan pendapat maupun pemikirannya, melalui media sosial penggunanya dapat bertukar informasi⁶. Prinsip bahwa hanya media massa yang dapat memberikan definisi, memilih dan menyampaikan informasi telah terbantahkan dengan kehadiran media sosial. Media sosial memungkinkan masyarakat dengan latar belakang bukan jurnalis untuk memproduksi informasi dan menyebarkannya. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial adalah rimba raya tempat beredarnya informasi yang memiliki kebenaran fluktuatif

Media sosial memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap dunia politik, khususnya pada logika dan pola komunikasi politik. Perubahan ini paling terlihat pada masa kampanye politik. Media konvensional saat ini masih digunakan dalam berkampanye tetapi pada saat yang sama media sosial juga dianggap memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku memilih masyarakat. Meskipun efektivitas kampanye politik melalui media sosial untuk meraih suara pemilih hingga saat ini

masih belum dapat dibuktikan secara ilmiah. Namun, penetrasi yang tinggi terhadap masyarakat dari media sosial sedikit banyak memberikan harapan bagi media komunikasi baru ini untuk mewarnai pola komunikasi politik konvensional yang ada selama ini. Harapan ini setidaknya mampu mendorong sosial politik berbondong-bondong untuk memiliki akun di media sosial, di samping faktor bahwa media sosial adalah media komunikasi baru yang mudah dan murah.

Perilaku Memilih Masyarakat

Perilaku memilih yaitu aktivitas 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 tertentu⁹. Perilaku pemilih adalah partisipasi warga masyarakat pada penyelenggaraan pemilihan umum dan keputusan pilihan politik yang dipilih masyarakat pada pemilihan umum. Salah satu bentuk partisipasi politik dalam penyelenggaraan pemilihan umum adalah keterlibatan pemilih, selain merupakan bentuk partisipasi yang paling elementer⁷.

Perilaku pemilih seperti ini tentu mempengaruhi perolehan suara dan kekuatan partai politik. Perilaku memilih ini ditentukan oleh tujuh domain kognitif yang berbeda dan terpisah 1) Isu serta

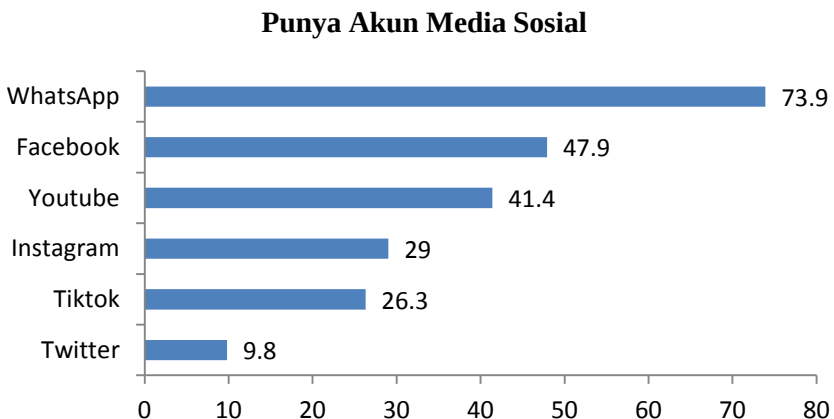
kebijakan politik (*issues and policies*). 2) Citra sosial (*social imagery*). 3) Perasaan emosional (*emotional feelings*). 4. Citra kandidat (*candidate personality*). 5) Peristiwa mutakhir (*currents events*). 6) Peristiwa personal (*personal event*). 7) Faktor-faktor epistemik (*epistemic issues*)⁸.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode Penelitian deskriptif dan analitik, Jumlah Populasi sebanyak 2.258.201 Daftar Pemilih Tetap (DPT) atau yang memiliki hak memilih telah berumur diatas 17 tahun. Metode sampel menggunakan *Multistage Random Sampling* jumlah sampel sebanyak 1.201 responden, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi pendahuluan. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 24 Februari – 4 Maret 2023. Lokasi penelitian di Daerah Pilihan (Dapil) Jawa Tengah IV terdiri dari Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sragen. Instrumen yang menggunakan kuesioner. Hasil pengumpulan data dianalisis secara deskriptif dan analitik dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 28. Sedangkan metode uji korelatif menggunakan uji pearson dan uji pengaruh menggunakan uji regresi linier sederhana.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian di Dapil Jawa Tengah IV di Kabupaten Wonogiri, Karanganyar dan Sragen terhadap kepemilikan media sosial pada masyarakat menyatakan bahwa kepemilikan akun media sosial dari yang tertinggi yaitu WhatsApp sebesar 73,9%, kedua Facebook sebesar 47,9% kemudian Youtube sebesar 41,4%, instagram sebesar 29%, tiktok sebesar 26,3% dan terakhir Twitter sebesar 9,8%. sedangkan media sosial yang paling sering digunakan setiap hari oleh masyarakat adalah WhatsApp sebesar 58,2%. Berdasarkan hasil keterpilihan atau elektabilitas partai politik di Dapil Jawa Tengah IV diketahui dari lima tertinggi yaitu PDIP sebesar 40,4%, PKB sebesar 9,9%, Golkar sebesar 5,1%, PKS sebesar 4,3% dan Gerindra 3,3% dengan yang belum menentukan pilihan dan tidak menjawab (*undetected voters*) sebesar 33,1%.



Gambar 1. Media Sosial yang dimiliki oleh Responden, 2023

Media WhatsApp adalah media yang paling dominan digunakan oleh masyarakat sebab media WhatsApp tersinkron dengan nomor kontak sehingga WhatsApp dapat menjadi pengganti SMS dan Telpon. Selain itu, media WhatsApp mudah dipahami dan digunakan sedangkan media sosial lainnya perlu upaya untuk daftar login dan pencarian teman dan lainnya. Meskipun disisi lain media WhatsApp memiliki kekurangan termasuk jangkauan, kapasitas iklan dan sebarannya.

Berdasarkan hasil tabulasi silang penggunaan media WhatsApp dengan kelompok usia diketahui bahwa media WhatsApp ternyata digunakan oleh semua kelompok umur mulai dari kelompok usia 20 tahun sampai 40 tahun. Sedangkan media sosial lain seperti tiktok, youtube dan instagram lebih sering digunakan oleh kelompok usia muda 20 tahun sampai 30 tahun. Dapat diartikan bahwa media WhatsApp menjadi alat komunikasi politik yang paling efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan kepastian memilih sebab media WhatsApp diterima dan digunakan oleh semua cluster atau kelompok umur.

Disisi lain media WhatsApp lebih sering digunakan pada karakteristik masyarakat dengan tingkat pendidikan tinggi, semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat maka semakin sering menggunakan media WhatsApp begitu juga semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan WhatsApp. Berdasarkan hasil tabulasi silang secara

umum penggunaan media sosial terhadap partisipasi memilih partai politik menyatakan bahwa pengguna media sosial yang aktif memiliki tingkat partisipasi memilih lebih tinggi dibandingkan pada masyarakat yang tidak aktif menggunakan media sosial.

Uji Korelasi dan Regresi

Berdasarkan hasil uji korelasi (*uji pearson correlation*) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan (Sig. 0,013) atau lebih kecil $<0,05$ artinya bahwa penggunaan media sosial berhubungan secara signifikan terhadap elektabilitas atau tingkat keterpilihan partai politik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima variabel penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih partai politik, dan kepastian memilih (*strong voters*) partai politik.

Correlations

		Partai	Medsos
Partai	Pearson Correlation	1	.072 [*]
	Sig. (2-tailed)		.013
	N	1202	1201
Medsos	Pearson Correlation	.072 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.013	
	N	1201	1201

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.851	.074		65.738	.000
Partai	.017	.007	.072	2.484	.013

a. Dependent Variable: Medsos

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi (Pearson) dan Uji Regresi Linier

Sedangkan pada uji pengaruh atau regresi linier juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan (Sig. 0,00) atau lebih kecil $<0,05$ artinya bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap elektabilitas atau tingkat keterpilihan partai politik. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih dan meningkatkan kepastian memilih partai politik.

Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Terhadap Perilaku Memilih Masyarakat Terhadap Partai Politik

Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengaruh yang diberikan variabel independen tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi penggunaan media sosial maka mengakibatkan semakin tinggi pula perilaku memilih masyarakat terhadap partai politik. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Semakin sering seseorang mengakses media sosial, maka semakin sering pula pencarian informasi dilakukan sebagai pemenuhan akan informasi. Masyarakat pemilih cenderung memilih pasangan yang aktif dari Partai Politik yang memberikan informasi lewat media sosial kepada mereka. Media dan politik memang sulit

untuk dipisahkan media sosial telah memainkan peran penting dalam setiap pemilu. Media Sosial digunakan sebagai tempat kampanye menunjukkan khalayak memiliki respon yang cepat meski ada respon positif dan negatif. Respon positif dan negatif tersebut membentuk relasi kekuatan politik yang mampu mempengaruhi setiap orang di lingkungan perbincangan mengenai topik tertentu untuk mengambil sikap mendukung ataupun melakukan *bullying* terhadap *opinion leader*. Artinya dari serangkaian temuan ini menemukan fakta bahwa media sosial telah menjadi sarana dan alat untuk melakukan partisipasi politik, media sosial digunakan calon atau kandidat dari partai politik untuk kepentingan kampanye dan digunakan oleh pemilih untuk melihat kandidat dalam proses penentuan pilihan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Meningkatnya pemberitaan seputar pemilu dan kegiatan partai politik melalui media sosial menimbulkan dampak yang signifikan. Dengan adanya media sosial, para pemilih diharapkan mampu memilih partai politik, pasangan calon dengan baik berdasarkan informasi benar yang tersebar luas bukan hanya ikut-ikutan saja ataupun karena politik uang. Media sosial diharapkan mampu menjadi titik terang guna terwujudnya Pemilu dengan lebih demokratis lagi kedepannya. Media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi memilih diharapkan dapat

dimanfaatkan untuk meningkatkan informasi kepada masyarakat terkait informasi pemilu, kepartaian, dan calon legislatif atau eksekutif yang akan tampil. Sehingga diharapkan dengan keterbukaan figur tokoh dan kegiatan partai politik dapat meningkatkan indeks demokrasi di Indonesia.

Penggunaan media sosial yang masif tentu akan memberikan informasi dan ruang bagi masyarakat dalam meningkatkan partisipan memilih terutama pada pemilih pemula. media sosial menjadi wadah bagi mereka untuk mencari informasi dan secara aktif berpartisipasi dalam diskusi terkait politik. Media sosial memungkinkan pemilih untuk memberikan ruang bagi calon untuk mengekspresikan diri dan menciptakan identitas mereka, tanpa harus memperlihatkan identitas asli mereka, atau bersifat anonim, dan memberikan koneksi dan kelompok sosial baru untuk membuka pandangan pemilih akan politik tanpa adanya batasan.

Maka perlu untuk segera dibuat aturan dan juknis terkait penyebaran informasi pemilu, model kampanye dan batasan kampanye dalam penggunaan media sosial karena jika tidak ada aturan kampanye dan metode pemilu dikhawatirkan penggunaan media sosial akan digunakan untuk kampanye hitam (*black campaign*). Selain itu, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) sebagai salah satu elemen penting kunci kesuksesan pemilu membutuhkan media sosial aktif agar dapat secara maksimal menjalankan

mandat yang diberikan undang-undang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya mencegah pelanggaran Pemilu dan sengketa proses Pemilu. Penggunaan media sosial adalah adaptasi atas perubahan zaman di mana masyarakat lebih sering mengakses media daring daripada media konvensional.

Selain karena penggunaannya yang masif, efektivitas penggunaan media sosial dalam sosialisasi pengawasan partisipatif Pemilu juga didorong oleh karakteristik pengguna media sosial yang berbeda bagi setiap *platform*. Media sosial adalah medium untuk setiap pemilik akun mempengaruhi individu yang lain sesuai dengan karakter yang diinginkan penyampai pesan. Mengingat Penyampaian ide, gagasan dan pengaruh tidak lagi jamak dilakukan melalui media konvensional seperti poster dan baliho. Masyarakat kini lebih menikmati komunikasi melalui jejaring dalam jaringan (*daring/ online*). Masyarakat dari semua kelas ekonomi kini terakses dengan internet. Oleh karenanya, penggunaan media sosial dalam berkomunikasi dengan khalayak bukan lagi keharusan, namun adalah kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Jurnal_Atikah, Ike R, Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 2, Juli 2018: 154 – 161_ ISSN 1411 - 0911 : eISSN: 2443-2660
2. Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-pendudukindonesia-melek-media-sosial>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2023
3. Jurnal_Andriana, Nina_Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI_ Jurnal Penelitian Politik, Volume 19 No.1 Juni 2022_ e-ISSN 2502-7476 (online)
4. Jurnal_ Yusran, Irninta I. 2022. Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024_ JURNAL DARMA AGUNG Vol 30 No 2 (2022): Agustus ; 187-203
5. Rudi Rahman. (2017). Pengaruh Media Sosial dan Primordialisme terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Kabupaten Kampar Periode 2017-2022 (Studi Kasus diKecamatan Tambang). Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), 1–18
6. Harahap, Machyudin Agung dan Susri Adeni. 2020. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. Jurnal Professional FIS UNIVED, Vol. 7, No. 2
7. Hemay, I., & Munandar, A. (2016). Politik Identitas Dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih. Jurnal Politik Universitas Nasional, 12(1), 1737–1748.
8. Jurnal_Qoryna, El Farabi_ Kehadiran Media Sosial dan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula_ Jurnal CommLine, Volume 07, No. 02, July 2022, hlm 112-123