

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara yang menganut paham demokrasi, Indonesia sudah tidak asing lagi dengan Pemilihan Umum (Pemilu), khususnya dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu yang demokratis telah dilaksanakan sejak tahun 1955 dan masih dijalankan hingga saat ini. Keberlangsungan Pemilu yang dilaksanakan setiap 5 tahun sekali menjadi sebuah pesta bagi hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Masyarakat sebagai aktor utama dalam Pemilu menjadi sebuah perhatian besar dimulai dari kontestasi para calon hingga keberlangsungan Pemilu itu sendiri, yang meliputi segala level pemilihan baik di tingkat daerah maupun di tingkat nasional. Kampanye dari masing-masing calon juga merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi preferensi memilih masyarakat (Rizki Putra & Nurcholis, 2021).

Pesatnya perkembangan Era Digitalisasi 4.0 di Indonesia menjadikan berbagai aktivitas kehidupan menjadi lebih mudah dan efektif (Faadila, 2023). Penggunaan internet di Indonesia dewasa ini telah mencapai 196,7 juta penduduk dan meningkat sampai tahun 2024 mencapai 221,5 juta penduduk berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Setiawan, 2021). Kondisi ini mengharuskan partai-partai politik untuk membangun kekuatan yang kuat di ranah digital, terkhususnya media sosial dengan tujuan untuk menarik simpati para anak muda yang melek teknologi untuk berpartisipasi di dalam politik. Keberadaan kampanye politik melalui media sosial dianggap mampu meningkatkan

partisipasi politik. Hal ini dikarenakan media sosial sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terkhususnya, pemilih pemula. Hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bahwa penggunaan internet pada masyarakat dengan kelompok usia 15-19 tahun mencapai angka 91%, kemudian penggunaan internet pada masyarakat dengan kelompok usia 20-24 tahun mencapai angka 88.5% sedangkan untuk kelompok usia 25-29 tahun hanya berkisar 82.7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun (pemilih pemula) merupakan masyarakat yang aktif dalam menggunakan internet, terutama media sosial (Anggraeni & Sunarso, 2022).

Partisipasi politik di Indonesia di era digital saat ini sangat dipengaruhi oleh peran media, baik media cetak maupun media sosial. Hadirnya media jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tiktok*, *Instagram*, dll menjadi sangat menarik karena media jejaring sosial dipandang sebagai kekuatan baru yang cukup menjanjikan dalam masyarakat berbangsa dan bernegara. Bahkan dengan melalui media sosial sebuah kekuasaan bisa ditumbangkan. Sehingga sebuah pendapat yang mengatakan gerakan media sosial bisa menjadi gerakan sosial yang sangat diperhitungkan bisa dianggap benar (Atmodjo, 2014). Hal ini sejalan dengan situasi pemilihan presiden tahun 2014, 2019 yang sangat jauh berbeda dengan situasi politik di era pemilihan presiden pada tahun 2004 dan 2009. Pada tahun 2004 dan tahun 2009 partisipasi politik dari media sosial belum mendominasi seperti saat ini, selain itu juga pemilih pemula yang menjadi netizen media sosial sebagian besar juga ikut berperan dalam situasi politik kali ini (Atmodjo, 2014).

Pada Pemilu 2004 ada 26 juta pemilih pemula dari jumlah 148 juta jiwa pemilih dalam pemilu. Jumlah itu mencapai 22 persen dari keseluruhan pemilih dalam pemilu (Kartikatantri et al., 2015). Partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu 2004, tekhususnya Pilpres 2004 masih secara konvensional, seperti demonstrasi, kampanye secara langsung dan sebagainya. Pemilih pemula yang aktif berpartisipasi kebanyakan dari ranah mahasiswa dan universitas. Kemudian pada 2009 terdapat 34 juta pemilih pemula dari total pemilih sebanyak 171 juta jiwa (Kartikatantri et al., 2015). Jumlah itu mencapai 24 persen dari keseluruhan pemilih dalam pemilu. Hal ini dinilai baik, karena partisipasi politik pemilih pemula naik, meskipun hanya 2 persen.

Pilpres 2019 sebagai salah satu proses berjalannya demokrasi, situasi yang mempertemukan kembali bertarungnya calon presiden Ir. H. Joko Widodo dan Prabowo. Pilpres 2019 sebagian pengulangan dari 2014, berbeda dengan pilpres 2004 dan 2009. Hal tersebut karena capresnya sama, isunya mirip, sebagian partai utamanya pun sama (Hamdani et al., 2021). Pada pilpres 2014 dan 2019, penggunaan media sosial sebagai *branding* untuk memperkenalkan calon presiden dan mengemasnya sebaik mungkin supaya masyarakat memiliki keinginan untuk memilih calon tersebut.

Pilpres 2014 merupakan pemilihan umum pertama di Indonesia di mana media sosial digunakan oleh kandidat untuk menarik perhatian pemilih. Hal ini didukung oleh survei tentang pengaruh media sosial terhadap preferensi politik masyarakat oleh Charta Politika pada periode 19-25 Maret 2019. Pada tahun 2019, media sosial menjadi lebih populer jika dibandingkan dengan media mainstream

seperti televisi atau surat kabar. Hal ini kemudian menempatkan peluang besar bagi kedua kandidat untuk meyakinkan pemilih dengan mempengaruhi preferensi politik melalui tampilan pencitraan pada platform media sosial masing-masing kandidat (Sellita, 2022).

Sebelum era media sosial, informasi politik dan pemilu lebih banyak disebarkan melalui media tradisional seperti televisi, radio, surat kabar, dan pertemuan langsung. Pemilih pemula sering kali terbatas pada sumber informasi ini, yang cenderung dikendalikan oleh media besar atau tokoh politik. Terutama pemilih pemula yang berada di daerah terpencil, karena mengalami kendala akses dan informasi yang terbatas. Sebelum era digitalisasi, partisipasi pemilih pemula lebih pasif. Mereka cenderung mendengarkan dan menerima informasi tanpa banyak interaksi atau diskusi terbuka mengenai isu politik (Mengune et al., 2018)

Perilaku dan partisipasi politik kaum muda Indonesia di zaman sekarang tidak lepas dari pada pengaruh media sosial yang mereka akses dan gunakan, media sosial bisa menjadi pedoman bagi mereka untuk melihat profil dari pada paslon serta janji-janji politik yang di kampanyekan oleh paslon (pasangan calon) dan parpol (partai politik) melalui media sosial, hal tersebut dapat membantu para pemilih pemula yang baru saja menggunakan hak pilihnya untuk memilih pimpinan politik. Dalam setiap pelaksanaan pemilu, baik dalam konteks pemilihan Presiden, Gubernur sampai pemilihan kepala daerah tidak lepas dari peran pemuda yakni para pemilih pemula yang juga ikut serta berpartisipasi memberikan hak suaranya. Para kaum muda yang baru memberikan hak suaranya ini merupakan pengguna aktif dan penggemar berat dari media sosial. Partai politik harus bijak dalam melakukan

pendekatan agar para kaum muda tertarik dan ikut serta dalam partisipasi politik, cara pendekatan yang paling efektif digunakan untuk menarik minat para pemilih pemulah adalah dengan menggunakan jejaring media sosial yang sangat digandrungi para kaum muda (Mangune et al., 2018).

Berdasarkan data dari situs Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia, pada pemilu tahun 2024 didominasi oleh generasi muda sebanyak 55%. Jumlah tersebut berasal dari Generasi Z dan milenial (Mellaz, 2023). Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari pakar ilmu politik Universitas Negeri Surabaya, Dr. M. Mubarak Muharam, M.IP., yang menyatakan bahwa “jumlah pemilih tetap pemilu 2024 didominasi oleh generasi milenial dan generasi z” (Wijayanti, 2023). Anak muda sebagai pengguna terbanyak internet mempunyai kecenderungan menyebarkan pengaruh mereka kepada sesama pengguna media sosial dalam partisipasi politiknya (Atmodjo, 2014). Media sosial juga sangat efektif digunakan sebagai media komunikasi khususnya dalam memberikan informasi dan menerima *feedback* dari para politisi. Ini dapat mendekatkan dan merapatkan hubungan antara para politisi dengan masyarakat. Terlebih lagi saat ini, penggunaan media sosial dikalangan masyarakat semakin populer dan berkembang, hingga ke pelosok pedesaan. Sehingga dengan formula informasi yang baik, masyarakat akan mudah memahami pesan-pesan politik yang disampaikan oleh para politisi (Rizki Putra & Nurcholis, 2021). Melalui penyampaian pesan politik yang tepat dan efektif, akan mampu menarik simpati masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menerima maksud yang diinginkan oleh para politisi (Perangin-angin & Zainal, 2018).

Media sosial adalah sebuah media online yang menggunakan teknologi berbasis internet yang mendukung interaksi sosial, sehingga mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif yang timbal balik. Dalam perkembangannya, media sosial menjadi penting sebagai sarana yang efektif dalam proses komunikasi politik, khususnya dalam konteks kampanye pemilu yang dapat menjadi perantara para politisi dengan konstituennya, yaitu antara komunikator dan komunikan secara jarak jauh dan bersifat massif. Oleh karena itu, melalui media sosial, komunikator dapat melakukan komunikasi politik dengan para pendukung atau konstituennya, yaitu untuk membangun atau membentuk opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara massif (Suryo & Aji, 2020).

Berdasarkan Pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008 tentang pemilu, pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 tahun atau lebih, (Suryo & Aji, 2020) dibuktikan dengan kartu tanda penduduk KTP. Pemilih yang memiliki hak pilih adalah warga negara Indonesia yang telah didaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih pada hari pemungutan suara. Dalam hal ini, pemilih pemula merupakan masyarakat yang baru pertama kali melakukan penggunaan hak pilihnya sebagai warga negara. Pemilih pemula mempunyai karakteristik pribadi sosial yang berbeda-beda, namun dari berbagai macam perbedaan itu para pemilih pemula cukup banyak yang peduli dan sadar akan hak politik mereka, dan peran mereka sebagai masyarakat. Para pemilih pemula ini berpartisipasi dalam pemilu berdasarkan keinginan mereka sendiri, tidak adanya arahan dari pihak lain, serta tidak adanya suatu hal yang otoriter (Maafrif, 2023).

Dengan adanya keberadaan media sosial pada saat ini, mahasiswa cenderung berpartisipasi politik dan menyuarakan suaranya melalui media sosial, tidak secara konvensional lagi. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana transformasi partisipasi politik pemilih pemula, dalam hal ini mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ilmu Sosial melalui pemanfaatan media sosial.

Penelitian ini bukan hanya sekedar untuk mengetahui bagaimana partisipasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Medan melalui pemanfaatan media sosial. Namun, kebutuhan mahasiswa akan informasi menjadikan mereka bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi. Dengan maksud dan tujuan yang berbeda, mahasiswa ingin memenuhi kebutuhan akan informasi dengan penggunaan dan pemanfaatan media sosial. Pada masa kampanye pemilihan presiden misalnya, individu-individu dalam masyarakat ingin mengetahui bagaimana profil kandidat politik mereka dan juga program kerja yang menjadi andalannya. Disinilah media sosial berperan sebagai tempat yang layak bagi individu-individu untuk mencari informasi. Media sosial juga akan menjadi tempat bagi kandidat politik untuk mengkomunikasikan pesan dan juga usaha meraih simpati publik. Dapat dilihat bahwa media, jurnalis, perusahaan media, dan publik semuanya memiliki hubungan yang saling berinteraksi satu sama lain dan berbasis ketergantungan (Intyaswati, 2021).

Selain itu, penelitian ini terfokus pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan dikarenakan adanya ketersediaan sampel yang representatif dari populasi yang akan diteliti nantinya. Fakultas Ilmu Sosial memiliki jumlah

mahasiswa yang cukup besar dan beragam dari setiap jurusannya, sehingga dapat mewakili populasi pemilih pemula yang menggunakan media sosial di lingkup Universitas Negeri Medan. Kemudian, penelitian ini terfokus pada Fakultas Ilmu Sosial dikarenakan lingkungan mahasiswa di dalam ruang lingkup fakultas ini relevan berdasarkan konteks sosial dan budaya dengan topik penelitian. Berdasarkan observasi awal, partisipasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial cukup dipengaruhi oleh media dalam menyuarakan politik, seperti media sosial, petisi *online* dan sebagainya. Ditemukan bahwasanya mahasiswa lebih cenderung untuk mempercayai dan mengikuti pandangan tokoh-tokoh *influencer* politik yang beredar di media sosial, seperti Fadli Zon, Rocky Gerung dan lain sebagainya.

Implementasi ilmu kewarganegaraan (*civic*) dalam penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga terkait perkembangan pemilihan umum dan dinamikanya, serta teknologi digital yang mempengaruhi dinamika politik dan kewarganegaraan (*civic knowledge*). Penelitian ini juga dapat memberikan landasan dalam keterampilan warga negara (*civic skills*) sebagai pengembangan keterampilan partisipasi politik yang lebih efektif dan efisien di era digital. Penelitian ini juga dapat melihat karakter dan watak kewarganegaraan (*civic disposition*) melalui prinsip dalam berdemokrasi, yang mengeksplorasi bagaimana teknologi digital memengaruhi prinsip-prinsip dalam berdemokrasi warga negara, seperti partisipasi, transparansi, akuntabilitas dan sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengeksplorasi dan melihat lebih dalam tentang transformasi partisipasi politik pemilih pemula yang dalam hal ini mahasiswa melalui pemanfaatan media sosial. Peneliti juga ingin mengetahui

sejauh mana mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan sudah berkembang dan berpartisipasi melalui media sosial. Kebaharuan riset atau temuan muktahir yang muncul dalam penelitian ini mengacu pada peningkatan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk diskusi dan memperoleh informasi terkait pemilihan presiden. Mahasiswa cenderung menggunakan *platform* seperti Tiktok, Instagram, Facebook untuk berbagi pandangan dan berpartisipasi dalam diskusi politik. Hasil penelitian ini juga semoga bisa menjadi masukan bagi para mahasiswa dan elemen kampus untuk pemanfaatan media sosial di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari judul yang diangkat, penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Transformasi partisipasi politik pemilih pemula melalui pemanfaatan media sosial pada pilpres 2024 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan
2. Rendahnya tingkat partisipasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan melalui pemanfaatan media sosial.
3. Keterbatasan akses informasi politik yang mencakup pengetahuan politik, minimnya pemahaman tentang isu-isu politik pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.
4. Tantangan dalam mendorong partisipasi politik aktif melalui pemanfaatan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

5. Efektivitas kampanye politik di media sosial dalam memengaruhi perilaku memilih dan partisipasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, permasalahan yang terkait sangatlah luas sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk membahas secara keseluruhan dan dengan adanya pembatasan masalah, masalah yang dibahas lebih terperinci dan lebih mendasar pada letak pembahasannya masalah yang diangkat oleh karena itu adapun batasan masalah dalam penelitian ini memfokuskan pada Transformasi Partisipasi Politik Pemilih Pemula melalui Pemanfaatan Media Sosial Pada Pilpres 2024 di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, identifikasi masalah serta batasan masalah, adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana Transformasi Partisipasi Politik Pemilih Pemula melalui Pemanfaatan Media Sosial Pada Pilpres 2024 di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan penulis, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Transformasi Partisipasi Politik Pemilih Pemula melalui Pemanfaatan Media Sosial Pada Pilpres 2024 di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau pedoman kajian bagi mahasiswa yang ingin mengetahui serta mengembangkan penelitian dengan topik kajian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca serta pihak-pihak yang terkait dengan Transformasi Partisipasi Politik Pemilih Pemula melalui Pemanfaatan Media Sosial Pada Pilpres 2024 di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan.

