

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK
PADA PEMILIHAN UMUM**

(Studi pada Masyarakat Kota Malang)

SKRIPSI



Oleh :

FAQIH MUALLA AHMAD

19410206

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

TAHUN 2023

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK
PADA PEMILIHAN UMUM**

(Studi pada Masyarakat Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh :

FAQIH MUALLA AHMAD

19410206

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

TAHUN 2023

PERSETUJUAN
PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK
PADA PEMILIHAN UMUM

SKRIPSI

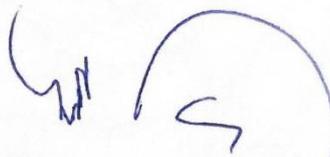
Oleh:

FAQIH MUALLA AHMAD

19410206

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

NIP.1974605052005011003

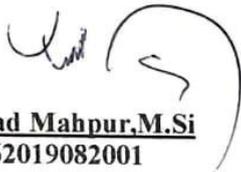
LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI POLITIK
PADA PEMILIHAN UMUM

Telah dipertimbangkan di depan penguji pada tanggal 2023

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI POLITIK
PADA PEMILIHAN UMUM

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Skripsi I



Dr. Mohammad Mahpur, M.Si
NIP. 199406162019082001

Dosen Pembimbing Skripsi II



Muchamad Adam Basori, MA (TESOL)
NIP. 19810312201608011098

Ketua Penguji



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M. Si
NIP. 197605122003121002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Psikologi Tanggal 27 Juli 2023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si

NIP.197611282002122001

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Faqih Mualla Ahmad

NIM : 19410206

Fakultas : Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul " Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pada Pemilihan Umum" (Studi Pada Masyarakat Kota Malang) penyusunan skripsi ini Peneliti bersedia melakukan proses sesuai UUD berlaku. Yang bertanda tangan di bawah ini, Faqih Mualla Ahmad dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah diajukan untuk mendapatkan keserjanaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Skripsi ini yang secara tertulis diacu dalam naska ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk merevisi ulang skripsi saya. Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebaik-baiknya

Malang, Juni 2023



Faqih Mualla Ahmad

NIM. 19410206

MOTTO HIDUP

“Mungkin di dunia ini tidak ada yang terjadi secara kebetulan,
sebab semuanya terjadi karena suatu alasan.”

– Rayleigh

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan aku kuat sehingga bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.

1. Ahmad Sanusi, seseorang yang biasa saya sebut ayah dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini saya bisa berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis ilmiah sebagaimana salah satu perwujudan langkah sukses saya kedepannya. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada ditempat ini dengan berbagai nasehat ayah.
2. Siti Muniroh, seseorang perempuan hebat yang selalu menjadi penyemangat. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk beliau. Terima kasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta, dan selalu berjuang untuk kehidupan saya sampai bisa berada di posisi saat ini.
3. Dr. Mohammad Mahpur, M. Si dan Muchamad Adam Basori, Ma, (TESOL) selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya di kesibukan panjenengan. Menjadi salah satu dari anak bimbingan panjenengan merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukuri. Terima kasih bapak, semoga jerih payah panjenengan terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
4. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang bersama melewati semua ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa kita mampu, Terima Kasih telah menjadi diriku sendiri dengan versi terbaik yang kita miliki.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, serta yang memberikan kekuatan, kemudahan dan kelancaran sehingga tugas penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus ditempuh guna menyelesaikan program S1 Psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menemui kesulitan dan hambatan, namun karena petunjuk Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mampu melalui segala rintangan yang ada. Penulis dengan bangga dan rendah diri ungkapkan banyak rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Dr. Rifa Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Yusuf Ratu Agung, M.A selaku Ketua Program studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Mohammad Mahpur, M. Si dan Muchamad Adam Basori, Ma, (TESOL), selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi yang luar biasa kepada peneliti.
5. Ibu Elok Faiz Fatma, M.Si., Selaku wali dosen yang telah memonitoring dan memberikan arahan akademik selama masa perkuliahan serta bersedia untuk menguji, memeriksa dan membantu menyempurnakan penelitian ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan kasih sayang, rahmat, karunia dan balasan yang berlipat atas kebaikan seluruh pihak yang membantu terwujudnya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi orang banyak.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	1
ABSTRACT	2
خلاصة	3
BAB I PENDAHULUAN	4
A. Latar Belakang	4
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Teori Media Sosial	9
B. Instagram	12
C. Teori Partisipasi Politik	13
D. Teori Stimulus Organisme Respon (SOR).....	15
E. Kerangka Berfikir.....	19
F. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Rancangan Penelitian	20
B. Lokasi Penelitian	20
C. Identifikasi Variabel Penelitian.....	21
D. Subjek Penelitian.....	21
E. Definisi Operasional.....	22
F. Instrumen Penelitian.....	23
G. Teknik Analisa Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
BAB V PENUTUP.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

ABSTRAK

Faqih Mualla Ahmad, 2023. **Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Pada Pemilihan Umum**. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dosen Pembimbing: Dr. Mohammad Mahpur, M. Si

Kata Kunci: Media sosial, Partisipasi Politik, Instagram, Pemilu

Arus globalisasi dan teknologi memaksa Indonesia untuk beradaptasi dengan teknologi internet. Internet tidak pernah lepas dari perhatian semua lapisan masyarakat, dari bawah sampai atas, sejak kelahirannya. Meski tergolong teknologi baru, internet berhasil menyedot perhatian penggunanya. Internet terus-menerus memperkenalkan hal-hal baru yang memungkinkan konsumennya memanfaatkan internet untuk jangka waktu yang lama. Media sosial merupakan salah satu buah internet yang memberikan dampak signifikan bagi masyarakat global saat ini. Media sosial telah berkembang menjadi alat baru dengan implikasi signifikan bagi kehidupan sehari-hari, termasuk lingkungan politik global pada umumnya dan politik Indonesia pada khususnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental karena dalam penelitian ini partisipan tidak diberikan perlakuan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian regresi yang dianalisa menggunakan analisa regresi berganda yang dihitung menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution). Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini memiliki dua variabel X dan satu variabel Y yang ingin diketahui pengaruhnya secara bersamaan sehingga menggunakan desain penelitian regresi dengan uji analisa regresi sederhana. Pemanfaatan aplikasi media sosial tidak sebatas hanya untuk berkomunikasi secara umum, juga sekarang sudah merambah ke dunia politik, khusus dalam pemilu. Hal ini nampak jelas pada pemilu dari tahun ke tahun penggunaannya semakin meluas. Pemanfaatan aplikasi media sosial di arena pemilu semakin meluas sekarang ini, hal ini karena media sosial memiliki daya jangkauan yang luas, dan dari segi biaya lebih murah ketimbang menggunakan media cetak klasik, misal spanduk, pamflet, liflet dan sebagainya, serta realitasnya masyarakat. Peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel media sosial terhadap variabel partisipasi politik, dimana arah pengaruh yaitu positif yang artinya bahwa media sosial meningkat maka meningkat pula variabel partisipasi politik.

ABSTRACT

Faqih Mualla Ahmad, 2023. **The Effect of Social Media on Political Participation in General Elections.** Thesis. Faculty of Psychology. State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang

Supervisor: Dr. Mohammad Mahpur, M. Si

Keywords: Social Media, Political Participation, Instagram, Elections

The flow of globalization and technology forced Indonesia to adapt to internet technology. The internet has never been separated from the attention of all levels of society, from the bottom to the top, since its inception. Although classified as a new technology, the internet has succeeded in attracting the attention of its users. The internet is constantly introducing new things that allow its consumers to take advantage of the internet for a long period of time. Social media is one of the fruits of the internet that has a significant impact on today's global society. Social media has developed into a new tool with significant implications for everyday life, including the global political environment in general and Indonesian politics in particular. This research uses a non-experimental quantitative approach because in this study participants were not given treatment (Sugiyono, 2016). In this study, a regression research design was used which was analyzed using multiple regression analysis which was calculated using SPSS (Statistical Product and Service Solution) assistance. This is because in this study there are two X variables and one Y variable whose effect is wanted to be known simultaneously so that it uses a regression research design with a simple regression analysis test. The use of social media applications is not limited to communicating in general, it has also now penetrated into the world of politics especially in elections. This is evident in elections from year to year its use is increasingly widespread. The use of social media applications in the election arena is increasingly widespread nowadays, this is because social media has a wide reach, and in terms of costs it is cheaper than using classic print media, for example banners, pamphlets, leaflets and so on, as well as the reality of society. The researcher concludes that there is an influence between social media variables on political participation variables, where the direction of influence is positive, which means that social media increases, political participation variables also increase.

خلاصة

أطروحة كلية. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في الانتخابات العامة. فقيه معلا أحمد 2023
علم النفس. الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج

دكتور. محمد محبوب ، م : مشرف

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي ، المشاركة السياسية ، انستغرام ، الانتخابات

أجبر تدفق العولمة والتكنولوجيا إندونيسيا على التكيف مع تكنولوجيا الإنترنت. لم يتم فصل الإنترنت عن اهتمام جميع مستويات المجتمع ، من الأسفل إلى الأعلى ، منذ نشأته. على الرغم من تصنيف الإنترنت على أنها تقنية جديدة ، إلا أنها نجحت في جذب انتباه مستخدميها. يقدم الإنترنت باستمرار أشياء جديدة تتيح للمستهلكين الاستفادة من الإنترنت لفترة طويلة من الزمن. تعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى ثمار الإنترنت التي لها تأثير كبير على المجتمع العالمي اليوم. تطورت وسائل التواصل الاجتماعي إلى أداة جديدة لها آثار كبيرة على الحياة اليومية ، بما في ذلك البيئة السياسية العالمية بشكل عام والسياسة الإندونيسية بشكل خاص. يستخدم هذا البحث نهجًا كمياً غير تجريبي لأنه في هذه الدراسة لم يتم إعطاء المشاركين في هذه الدراسة ، تم استخدام تصميم بحث الانحدار الذي تم تحليله باستخدام تحليل الانحدار (Sugiyono 2016) العلاج X (المنتج الإحصائي وحل الخدمة). هذا لأنه في هذه الدراسة يوجد متغيرين SPSS المتعدد والذي تم حسابه باستخدام واحد الذي من المطلوب معرفة تأثيره في وقت واحد بحيث يستخدم تصميم بحث انحدار مع اختبار تحليل انحدار Y ومتغير بسيط. لا يقتصر استخدام تطبيقات الوسائط الاجتماعية على التواصل في بشكل عام ، فقد توغلت الآن أيضاً في عالم السياسة وخاصة في الانتخابات. يتضح هذا في الانتخابات من سنة إلى أخرى ، حيث يزايد انتشار استخدامها. ينتشر استخدام تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في ساحة الانتخابات بشكل متزايد في الوقت الحاضر ، وذلك لأن وسائل التواصل الاجتماعي لديها انتشار واسع ، ومن حيث التكلفة فهي أرخص من استخدام وسائل الإعلام المطبوعة الكلاسيكية ، على سبيل المثال اللافتات والكتيبات والمنشورات وما إلى ذلك ، بالإضافة إلى واقع المجتمع ، وخلص الباحث إلى أن هناك تأثيراً بين متغيرات التواصل الاجتماعي على متغيرات المشاركة السياسية ، حيث يكون اتجاه التأثير إيجابياً ، أي أن وسائل التواصل الاجتماعي تزداد ، كما تزداد متغيرات المشاركة السياسية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi selalu ada dan tumbuh berbanding lurus dengan jumlah perkembangan kebutuhan manusia untuk bertahan hidup. Teknologi berkembang seiring dengan keberadaan manusia. Dalam bentuknya yang paling mendasar, komunikasi antar manusia itulah yang menjadikan kita manusia. Manusia berkomunikasi melalui teknologi yang mereka bangun dengan cerdas. Manusia ingin menjalani kehidupan yang lebih baik, menghindari masalah, merasa lebih aman, dan menjalin hubungan sosial dengan orang lain—dan dengan tujuan yang baik. Hingga saat ini, teknologi terus maju dengan berkembang, dengan teknologi komunikasi dan informasi menjadi salah satu bidang yang paling cepat berkembang.

Dalam sistem politik Indonesia, pemilihan umum yang kadang disebut pemilu merupakan mekanisme prosedural kedaulatan rakyat. Dimana rakyat memiliki kewenangan yang kuat untuk memilih peralihan pemerintahan yang sah melalui pemilihan umum yang diadakan setiap lima tahun sekali. Hak konstitusional warga negara pada masa transisi kekuasaan memegang peranan penting dalam sistem politik suatu negara. Masa transisi demokrasi di Indonesia diatur dengan sistem pemilihan umum yang diselenggarakan setiap lima tahun sekali oleh panitia penyelenggara umum. Hal ini sesuai dengan pasal 22 E UUD 1945 ayat 2 yang menegaskan diselenggarakannya pemilihan umum untuk memilih anggota dewan perwakilan rakyat, dewan perwakilan daerah, presiden dan wakil presiden, dan dewan perwakilan rakyat daerah.

Arus globalisasi dan teknologi memaksa Indonesia untuk beradaptasi dengan teknologi internet. Internet tidak pernah lepas dari perhatian semua lapisan masyarakat, dari bawah sampai atas, sejak kelahirannya. Meski tergolong teknologi baru, internet berhasil menyedot perhatian penggunanya. Internet terus-menerus memperkenalkan hal-hal baru yang memungkinkan konsumennya memanfaatkan internet untuk jangka waktu yang lama. Media sosial merupakan salah satu buah internet yang memberikan dampak signifikan bagi masyarakat global saat ini. Media sosial telah berkembang menjadi alat baru dengan implikasi signifikan bagi kehidupan

sehari-hari, termasuk lingkungan politik global pada umumnya dan politik Indonesia pada khususnya.

Baru-baru ini, media sosial telah menambahkan dimensi baru dalam kehidupan. Semua isu, dari yang kecil hingga yang besar, harus memasukkan media sosial, baik ekonomi, sosial, lingkungan, atau bahkan politik, meskipun tidak ada yang kebal. Menurut laporan berjudul "*Essential Insights Into the Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around the World*" yang diterbitkan pada 30 Januari 2018, pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 265,4 juta, dengan tingkat penetrasi 49 persen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dinamika yang mendasari pengaruh penggunaan media sosial terhadap jumlah pemilih pada pemilihan presiden 2024. Ketika situasi seperti pemilu berkembang, seperti keprihatinan yang sedang diperdebatkan di media sosial, khususnya Instagram, partisipasi elektronik atau keterlibatan komunitas digital adalah hal biasa. Masalah penolakan kursi kepresidenan untuk tiga periode, penundaan Pilkada serentak 2024, mafia minyak goreng, kenaikan harga bensin, dan bahan makanan menjadi topik hangat. Berbagai isu publik yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk melibatkan masyarakat dalam isu-isu politik. Meningkatnya partisipasi juga menandakan adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap permasalahan yang terjadi, khususnya yang berkaitan dengan isu politik.

Skenario ini juga menunjukkan bahwa media sosial dapat secara efektif meningkatkan partisipasi politik masyarakat di ruang publik alternatif. Penelitian ini berfokus pada penduduk Kota Malang. Mengangkat topik ini menarik karena, tidak hanya di Indonesia, tetapi secara global, penggunaan media sosial telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Penggunaan media sosial semakin populer di Indonesia, dengan konsekuensi besar bagi olahraga, kesehatan, dan politik negara. Calon presiden dan cawapres cukup efisien dalam menggunakan media ini untuk mengkomunikasikan gagasannya selama Pilpres 2024. Hal ini penting karena kandidat sekarang dapat mengkomunikasikan kampanye mereka di lingkungan baru, khususnya melalui media sosial, karena penggunaan media sosial di Indonesia meningkat pesat. Kandidat tidak lagi dibatasi untuk menyampaikan pidato di depan banyak orang.

Salah satu topik yang banyak diperbincangkan adalah keikutsertaan pemilih milenial pada pemilu 2024. Hampir setengah dari pemilih muda pada tahun 2024 akan menjadi pemilih. Sekelompok orang yang memberikan suara dalam pemilihan untuk pertama kalinya dikenal sebagai pemilih. Pasalnya, mereka baru saja mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang menjadi syarat untuk diberikan hak pilih. Pemilih seringkali kurang terwakili karena perkembangan informasi politik masih lazim dan dianggap sangat tidak proporsional dengan pemilih yang lebih tua. Namun, surat suara pemilih pertama, yang diharapkan menghasilkan 14 juta pemilih dalam pemilihan umum 2024, diperhitungkan dalam total kandidat. Meningkatnya penggunaan media sosial oleh kaum milenial, khususnya pemilih baru, jelas merupakan titik kritis, mengingat sebagian besar politisi kini menyiarkan kampanye mereka melalui media sosial.

Munculnya teknologi digital tidak hanya mengubah teknik komunikasi politik, tetapi juga keterlibatan politik warga negara (Fayakhun Andriadi, 2017). Secara umum, keterlibatan politik mengacu pada aktivitas warga yang ditujukan untuk mempengaruhi kebijakan politik. Keterlibatan politik, sebagai sebuah gagasan dan paradigma, bukanlah sebuah konsep yang definitif atau statis. Kemajuan teknologi merupakan salah satu aspek yang berkontribusi terhadap tumbuhnya demokrasi dan keterlibatan politik. Internet dan media sosial, khususnya, telah merevolusi dan memperkenalkan jenis keterlibatan politik baru bagi warga negara, khususnya partisipasi politik di dunia maya (online) (Siti Utami, 2018).

Ada sedikit perbedaan antara partisipasi politik tradisional dan internet mendefinisikan online political engagement sebagai “kegiatan politik online dengan tujuan atau dampak mempengaruhi kebijakan pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung.”(Kay Lehman Schlozman, 1999) Menurut definisi ini, satu-satunya perbedaan antara keduanya adalah jumlah ruang yang dikonsumsi. Partisipasi tradisional berlangsung dalam ruang fisik, sedangkan partisipasi online berlangsung dalam ruang maya (online). Sedangkan kedua partisipasi tersebut mempunyai tujuan untuk terlibat dalam pengambilan kebijakan pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan kemajuan teknologi informasi berbasis internet, relevansi media sosial online sebagai faktor yang dapat meningkatkan keterlibatan politik pemilih baru pada

Pilpres 2024 semakin meningkat. Ada banyak platform media sosial yang tersedia saat ini, termasuk Twitter, Facebook, Instagram, dan lainnya. Karena banyaknya layanan yang tersedia, masyarakat umum, khususnya generasi muda, dapat dengan bebas menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan bersantai. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengguna media sosial yang relatif besar di Indonesia yang kini mencapai 79 juta. Tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial masih menjadi sumber hiburan dan komunikasi utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Karena media sangat nyaman dan memiliki banyak manfaat, maka peran dan kegunaan media dalam bidang politik sangat besar perkembangan dan prosesnya. Fungsi media dalam melakukan aktivitas secara virtual, yaitu memudahkan untuk melakukan aktivitas yang perlu ada dan bertatap muka namun memiliki kendala yang menghambat untuk dilakukan secara virtual. Saat berperan dalam politik, diperlukan kemampuan komunikasi yang solid dan wawasan yang luas karena tidak hanya berani tampil dan berbicara; akibatnya, media memainkan peran penting dalam memperoleh informasi dan wawasan tambahan, dan sumbernya harus diperiksa. Penggunaan media pada masa sekarang ini tidak lagi menjadi persoalan, karena dapat dilihat dan diperhatikan bahwa media memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, dan bidang politik merupakan salah satu bidang yang sangat membutuhkan publisitas, dan media dapat berperan berperan dalam memajukan partai politik. serta tokoh-tokoh parpol parpol akan dapat menggunakan media yang mereka yakini memiliki potensi tinggi untuk mendongkrak popularitas mereka sebanyak mungkin, dan mereka akan terus berusaha untuk mendapatkan banyak penggemar dan simpati dari mereka. yang menggunakan media internet ini.

Media sosial juga merupakan instrumen komunikasi media yang sangat efektif, terutama untuk menyebarkan informasi dan menerima komentar politik. Akibatnya, hubungan antara politisi dan masyarakat umum dapat meningkat. Selain itu, penggunaan media sosial dalam budaya saat ini menjadi semakin umum, terutama di daerah pedesaan yang terpencil. Formula informasi yang baik diperlukan agar publik dapat dengan mudah memahami pesan politik yang ingin disampaikan oleh para politisi. Akhirnya, ia akan dapat memperoleh kasih sayang publik melalui keberhasilan penyampaian pesan politik yang relevan, menyebabkan orang mendukung tujuan politisi (Lalolo dkk., 1514).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh variabel penggunaan media sosial instagram dan partisipasi politik online.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengkaji dinamika di balik dampak penggunaan media sosial terhadap partisipasi pemilih pada Pilpres 2024

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memajukan studi sosiologis, khususnya dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan penyelesaian masalah sosial yang muncul dalam konteks media sosial dan keterlibatan politik online.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan juga bahwa temuan ini akan mendorong studi tambahan tentang media sosial dan partisipasi politik. Keuntungan khususnya adalah dapat membantu pembaca dengan memberikan kritik atau saran yang membangun tentang bagaimana menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan bagaimana mempertimbangkan dampaknya, khususnya di bidang partisipasi politik online.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori Media Sosial

Sistem politik saat ini telah diubah oleh kemajuan pesat teknologi. Ekspansi global teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mempercepat pertumbuhan komunikasi dunia maya, baik antar pemerintah, lembaga sosial politik, maupun masyarakat umum. Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi internet paling populer di zaman kita. Jejaring sosialnya sendiri dengan berbagai jenis situs Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan lainnya saat ini sedang berkembang dan diminati oleh para tokoh politik baik di Indonesia maupun di luar negeri. (Hamid dkk., 2015)

Karena media sangat nyaman dan memiliki banyak manfaat, maka peran dan kegunaan media dalam bidang politik sangat besar perkembangannya dan prosesnya. Fungsi media dalam melakukan aktivitas secara virtual, yaitu memudahkan untuk melakukan aktivitas yang perlu ada dan bertatap muka namun memiliki kendala yang menghambat untuk dilakukan secara virtual. Saat berperan dalam politik, diperlukan kemampuan komunikasi yang solid dan wawasan yang luas karena tidak hanya berani tampil dan berbicara; akibatnya, media memainkan peran penting dalam memperoleh informasi dan wawasan tambahan, dan sumbernya harus diperiksa. Penggunaan media pada masa sekarang ini tidak lagi menjadi persoalan, karena dapat dilihat dan diperhatikan bahwa media memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, dan bidang politik merupakan salah satu bidang yang sangat membutuhkan publisitas, dan media dapat berperan berperan dalam memajukan partai politik. serta tokoh-tokoh parpol parpol akan dapat menggunakan media yang mereka yakini memiliki potensi tinggi untuk mendongkrak popularitas mereka sebanyak mungkin, dan mereka akan terus berusaha untuk mendapatkan banyak penggemar dan simpati dari mereka. yang menggunakan media internet ini. (Dewantara & Widhyarto, 2015)

Peran dan pemanfaatan media sosial didalam bidang politik bisa dilihat bahwa sudah banyak dari politikus Indonesia mereka membuat blog pribadi yang membahas tentang pandangan pandangan dan kritik tentang masalah yang pada saat ini sedang ramai sekali diperbincangkan, dalam hal ini politikus akan membuat masyarakat berkesan tentang apa yang diunggah dan hal itu akan mempengaruhi popularitasnya, perpolitikan dalam Indonesia akan menjaga hubungan hubungan agar terus bisa dikendalikan dengan baik

terhadap masyarakat yang ada dalam jaringan situs tersebut dengan tempo yang tidak singkat karena hal itu akan mempunyai dampak yang baik saat politikus akan melakukan kampanye terhadap pemilihan legislative atau yang lainnya terkait bagaimana program kerjanya dan bagaimana visi dan misinya sehingga mendapat dukungan yang bersifat massif.

Sebagaimana yang (Fayakhun Andriadi, 2017) jelaskan, evolusi teknologi komunikasi dan informasi telah menciptakan evolusi di dunia politik. Terutama terhadap praktik demokrasi. Di setiap era, praktik yang terjadi dalam demokrasi mengalami banyak perubahan seiringan dengan perubahan inovasi pada teknologi komunikasi dan informasi. Pada zaman teknologi radio ini banyak para politisi yang menggunakan teknologi radio sebagai alat untuk kampanye. Publik juga memanfaatkan radio sebagai sarana partisipasi politik. Internet juga sangat membantu kelemahan teknologi radio pada saat itu yang mana sebelumnya hanya bersifat satu arah kemudian diubah menjadi dua arah. Dengan teknologi digital, internet membuat proses komunikasi bisa dilakukan secara interaktif. Dengan adanya internet sekarang bisa membuat orang-orang berbicara seakan saling berhadapan padahal pada saat itu mereka berada di tempat yang berbeda. Sisi interaktifitas inilah yang bisa membuat internet menjadi kompatibel dengan demokrasi.

Sebagaimana yang (Ardha, 2014) jelaskan, meskipun media sosial memberikan pengaruh yang besar sebagai alat kampanye politik, kampanye dapat dikatakan berhasil dengan baik jika dapat memadukan kampanye versi online dan offline. Karena kampanye yang hanya fokus pada media sosial dan internet memiliki kemungkinan tidak akan berjalan secara efektif. Penggunaan media sosial tidak hanya sebagai sarana untuk mempererat silaturahmi, namun juga untuk membahas isu-isu politik, kebijakan pemerintah, dan perilaku para tokoh publik. Media sosial sebaiknya dimanfaatkan dengan baik sebagai sarana komunikasi, atau untuk mempromosikan diri, melakukan sosialisasi, termasuk promosi partai politik dalam membangun citra positif suatu partai. Pemanfaatan media sosial yang efektif dalam berpolitik biasanya akan tampak saat akan diselenggarakannya pemilu untuk kepentingan kampanye politik.

Media sosial dalam kehidupan politik di era digital memiliki peran penting. Seperti pada pemilihan presiden AS di tahun 2008, yang menunjukkan kepada dunia bahwa menggunakan jejaring sosial dapat menjadi alat penting dalam melakukan kampanye politik. Di sisi lain, dalam tiga tahun terakhir dunia menyaksikan dua gerakan protes besar

dunia yang membuktikan bahwa media sosial bisa menjadi senjata yang kuat di tangan para aktivis politik juga. Dua peristiwa di seluruh dunia ini menunjukkan kepada dunia bahwa pentingnya media sosial dalam menciptakan kesadaran politik dan memobilisasi protes politik.(Lalolo dkk., 1514)

Umami dan Rosdiana menyampaikan bahwa ada 4 aspek yang membuat intensitas terbentuk dan ini kaitannya dengan media sosial yakni: penghayatan, perhatian, durasi, dan frekuensi. Yang dimaksud intensitas merupakan kecil besarnya sesuatu perilaku, ataupun kedalaman penyikapan. Lebih lanjut intensitas maupun banyak atau tidaknya kegiatan dilihat dari frekuensi. Jika ditarik dalam penelitian ini, maka aspek yang dibutuhkan berdasarkan kuantitas dari intensitas dapat dilihat dari durasi dan frekuensinya. Empat aspek intensitas yang dikemukakan oleh (Umami & Mega Rosdiana, t.t.) adalah :

a) Perhatian

Merupakan bentuk ketertarikan seseorang terhadap objek tertentu

b) Penghayatan

Merupakan penerapan dan pemahaman terhadap informasi yang menjadi suatu pengetahuan baru bagi seseorang.

c) Durasi

Durasi merupakan lamanya atau rentang waktu yang berlangsung.

d) Frekuensi

Frekuensi dapat diartikan banyaknya suatu perilaku terulang atau juga bisa diartikan perilaku berulang yang disengaja ataupun tidak disengaja.

Lalu pendapat lain yang juga membahas tentang penggunaan media sosial dari yaitu:

a) Frekuensi

Dapat diartikan sebagai banyaknya pengulangan aktivitas ketika mengakses media sosial instagram. Seperti pada kurun waktu perhari, perminggu, dan perbulan bergantung pada suatu individu.

b) Waktu Pelaksanaan

Kaitannya dengan frekuensi juga intensitas maupun durasi ketika individu mengakses media sosial instagram.

c) Durasi

Dapat diartikan sebagai rentang waktu atau lama berlangsungnya dan dinyatakan pada suatu kurun waktu seperti menit ataupun jam.

d) Materi

Dapat diartikan sebagai modal yang digunakan dalam mengakses media sosial, seperti jaringan atau bisa disebut juga kuota.

Selanjutnya, media sosial berperan penting dalam pengembangan melek politik masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Kehadiran media sosial atau internet pada zaman sekarang lebih banyak digunakan oleh masyarakat dan mahasiswa dan seharusnya bisa digunakan semaksimal mungkin. Namun, dengan munculnya berita-berita tidak sesuai fakta dan hal-hal yang berhubungan dengan unsur negatif lewat media sosial sangat mempengaruhi bagaimana pandangan politik mahasiswa bisa menjadi tidak maksimal

B. Instagram

Salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Penekanan utamanya adalah pada berbagi foto pengguna. "Insta" dan "gram" adalah dua istilah yang membentuk Instagram. Kata "instan" adalah akar dari tagar "insta", yang mengacu pada betapa mudahnya melihat dan mengambil gambar. Kata "gram" berasal dari "telegram", yang berarti mengirim sesuatu (dalam hal ini, gambar) ke orang lain.

Karena memungkinkan pengguna smartphone untuk memposting gambar, Instagram saat ini sangat populer. Selain itu, pengguna dapat meninggalkan komentar pada foto yang dibagikan satu sama lain. Oleh karena itu, Instagram dapat menjalin koneksi antar orang asing. Jejaring sosial ini cukup banyak digemari, terutama di kalangan anak muda saat ini.

Dalam penelitian ini, Instagram merupakan platform yang digunakan untuk mengembangkan citra politik dan menjalankan kampanye untuk menarik perhatian orang dan meningkatkan keterlibatan. Mayoritas pengguna Instagram adalah kaum muda, menurut data dari NapoleonCat, sebuah firma analisis pemasaran media sosial yang berbasis di Warsawa, Polandia, menunjukkan bahwa Instagram mungkin berdampak pada jumlah keterlibatan politik. (Reichert, 2010)

C. Teori Partisipasi Politik

Partisipasi politik secara harfiah berarti keikutsertaan, dalam konteks politik hal ini mengacu pada keikutsertaan warganegara dalam berbagai proses politik. Reichert (2010) partisipasi politik merupakan kegiatan warga yang berusaha memengaruhi peraturan dan keputusan di berbagai level politik. Keikutsertaan warga dalam proses politik tidaklah hanya berarti warga mendukung keputusan atau kebijakan yang telah digariskan oleh para pemimpinnya, karena kalau ini yang terjadi maka istilah yang tepat adalah mobilisasi politik. Menurut (Huntington, 1990), partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pembuatan keputusan pemerintah. Partisipasi politik adalah keterlibatan warga dalam segala tahapan kebijakan, mulai dari sejak pembuatan keputusan sampai dengan penilaian keputusan, termasuk juga peluang untuk ikut serta dalam pelaksanaan keputusan.

Keterlibatan politik dapat berarti banyak hal yang berbeda. Menurut sudut pandang masing-masing individu, setiap pemahaman yang ada sekarang mencoba mendefinisikan apa itu partisipasi politik. Menurut (*Memahami-Ilmu-Politik-Ramlan-Surbakti*, t.t.), yang dimaksud dengan partisipasi politik adalah partisipasi warga negara biasa dalam memilih segala keputusan yang menyangkut atau berdampak pada kehidupannya. Partisipasi politik (*DASAR-DASAR ILMU POLITIK*, t.t.), pada hakikatnya adalah tindakan yang dilakukan oleh warga negara untuk aktif dalam proses pengambilan keputusan dengan maksud untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah (Fakultas dkk., t.t.). Keterlibatan politik, di sisi lain, didefinisikan oleh Miriam Budiardjo sebagai tindakan seseorang atau sekelompok orang untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan politik, khususnya melalui pemilihan pemimpin negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah. Sedangkan menurut Febriantanto, partisipasi politik adalah keterlibatan aktif orang atau organisasi sebagai warga negara dalam proses politik melalui kegiatan baik maupun negatif (Febriantanto, 2019). Partisipasi pemilihan diartikan sebagai tindakan individu atau kelompok yang berpartisipasi dalam suatu kegiatan politik seperti pemilihan umum untuk menggunakan hak pilihnya (Febriantanto, 2019). Ada kemungkinan untuk menarik kesimpulan mengenai definisi keterlibatan politik dari beberapa definisi ini. Keterlibatan politik secara umum mengacu pada keterlibatan sipil dalam bentuk tindakan politik yang berdampak pada negara dan

masyarakat secara luas, baik secara menguntungkan maupun tidak menguntungkan. Lebih lanjut Febriantanto menambahkan, ada beberapa cara untuk berpartisipasi dalam politik.

Seperti yang sudah dikatakan, keterlibatan politik dapat disebut sebagai "partisipasi politik tradisional" ketika dikaitkan dengan pemilihan karena menyiratkan bahwa masyarakat memberikan hak kepada anggotanya untuk memilih. Hal ini sejalan dengan pengertian political engagement yang dikemukakan oleh Almond (DR. Mohtar Mas'ued, 1997), yang mengatakan bahwa salah satu bentuk keterlibatan politik, khususnya partisipasi politik konvensional, adalah mengikuti pemilihan kepala daerah dan nasional (Febriantanto, 2019). Selain itu, Almond (DR. Mohtar Mas'ued, 1997) membedakan antara partisipasi politik konvensional dan non-konvensional. Pemungutan suara, debat politik, kampanye, bergabung dengan organisasi kepentingan, dan keterlibatan langsung dengan otoritas politik administratif adalah contoh bentuk partisipasi politik tradisional. Sebaliknya, bentuk partisipasi yang tidak konvensional meliputi seruan untuk protes, tawuran, pemogokan, dan contoh kekerasan politik.

(Huntington, 1990) membagi bentuk-bentuk partisipasi politik menjadi: 1). Kegiatan pemilihan, yaitu kegiatan pemberian suara dalam pemilihan umum, mencari dana partai, menjadi tim sukses, mencari dukungan bagi calon legislatif atau eksekutif, atau tindakan lain yang berusaha mempengaruhi hasil pemilu. 2). Lobby, yaitu upaya perorangan atau kelompok menghubungi pimpinan politik dengan maksud mempengaruhi keputusan mereka tentang suatu isu. 3). Kegiatan organisasi, yaitu partisipasi individu ke dalam organisasi, baik selaku anggota maupun pemimpinnya, guna mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pemerintah. 4). Contacting, yaitu upaya individu atau kelompok dalam membangun jaringan dengan pejabat-pejabat pemerintah guna mempengaruhi keputusan mereka. 5). Tindakan kekerasan (violence), yaitu tindakan individu atau kelompok untuk mempengaruhi keputusan pemerintah dengan cara menciptakan kerugian fisik manusia atau harta benda, termasuk disini adalah huru-hara, teror, kudeta, pembunuhan politik (assassination), revolusi dan pemberontakan. Menurut (Fauzan & Rasyid, t.t.) anggota masyarakat perlu mengambil bagian atau berpartisipasi di dalam proses perumusan dan penentuan kebijaksanaan pemerintahan, dengan kata lain setiap warga negara tanpa membedakan jenis kelamin baik laki laki maupun perempuan semestinya terlibat dalam proses pembangunan terutama di bidang politik. Dengan demikian, keinginan dan harapan setiap warga negara dapat terakomodasi melalui sistem politik yang terbangun.

1) Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Ada dua jenis keterlibatan: partisipasi aktif dan partisipasi pasif. Kegiatan warga negara yang terlibat dalam partisipasi aktif antara lain membayar pajak dan memilih dalam pemilihan pejabat publik. Ini juga termasuk membuat saran tentang kebijakan umum, kebijakan publik alternatif untuk kebijakan pemerintah, dan kritik terhadap kebijakan tersebut. Mengenai keterlibatan tidak aktif, contohnya termasuk mematuhi hukum dan peraturan dan menerima begitu saja semua keputusan yang dibuat oleh pemerintah.

2) Faktor-Faktor Partisipasi Politik

Tidak diragukan lagi ada variabel-variabel yang mempengaruhi partisipasi politik seseorang atau ketiadaannya dalam proses politik. Derajat partisipasi politik seseorang dipengaruhi oleh dua unsur, menurut (*Memahami-Ilmu-Politik-Ramlan-Surbakti, t.t.*):

- a) Kesadaran politik, khususnya pengetahuan tentang tugas dan tanggung jawab seseorang sebagai warga negara. Hal ini berkaitan dengan kesadaran seseorang terhadap lingkungan sosial dan politiknya serta minat dan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial dan politik di mana ia berada atau bertempat tinggal.
- b) Kepercayaan dan kepercayaan pemerintah mengacu pada pendapat seseorang tentang pemerintah, termasuk apakah dia yakin itu dapat dipengaruhi atau tidak.

Konvensi partisipasi politik, yang mencakup pemungutan suara dalam pemilihan umum, wacana politik, kampanye, pembentukan dan bergabung dengan kelompok kepentingan, serta komunikasi langsung dengan pejabat politik/administrasi, adalah cara lain untuk mengkategorikannya. Yang kedua adalah keterlibatan yang tidak biasa, yang mencakup pengajuan petisi, menghadiri protes, terlibat dalam pertengkarannya, melakukan pemogokan, dan terlibat dalam tindakan kekerasan politik terhadap orang dan properti.

D. Teori Stimulus Organisme Respon (SOR)

Hovland adalah orang pertama yang menjelaskan teori Stimulus Response Organisms (SOR), yang awalnya berasal dari psikologi tetapi sekarang juga digunakan

dalam ilmu komunikasi. Hipotesis SOR menyatakan bahwa bagaimana, bukan apa atau mengapa, dari proses komunikasi penting untuk modifikasi sikap. Jelas bahwa teori ini bertujuan untuk mendefinisikan komunikasi, atau dalam hal ini, transformasi sikap. Terbukti selama proses mengubah sikap bahwa sikap hanya dapat berubah jika dorongan benar-benar melebihi yang awal. Perhatian, kesadaran, dan penerimaan adalah tiga faktor penting dalam memahami sikap baru. Prinsip dasar teori ini adalah bahwa orang dapat dimotivasi dan diilhami oleh sebuah pesan, yang mengarah pada pemahaman langsung tentang pesan tersebut dan perubahan perilaku selanjutnya. Informasi yang diperoleh orang dari berbagai sumber, termasuk media sosial, dapat memengaruhi perspektif dan kerangka berpikir mereka saat mengonsumsinya. Paradigma Teori SOR memiliki tiga komponen penting: Pesan (Stimulus, S), Individu (Organisme, O), dan Efek (Respons, R).

1) Sikap

Menurut (Backman, 1983) didalam buku Sikap Manusia yang di tulis oleh mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan perdisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Defnisi lain yaitu afek atau penilaian positif atau negatif terhadap suatu objek (Strube, 2005), Menurut Sikap yang tidak memihak atau netral tetap disebut sikap juga walaupun arahnya tidak positif dan tidak negatif. “Sikap juga dikatakan sebagai suatu respons evaluative, dimana respons hanya akan timbul apabila individu digadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya reaksi individual” (Azwar, 2013, p.6). Dan juga sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favourable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavourable) pada objek tersebut dalam buku Sikap Manusia Saifuddin Azwar (dalam Azwar, 2013, p.6).

2) Struktur dan Pembentukan Sikap

Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yang dimana ketiga komponen itu adalah: komponen kognitif, komponen afektif, komponen konatif. (Azwar, 2013, p.24)

1. **Komponen Kognitif:** komponen yang berisi tentang kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Jika dikaitkan dengan penelitian ini adalah, para responden memahami atau tidak mengenai pemilihan umum.
2. **Komponen Afektif:** komponen yang menyangkut masalah emosional subjektif terhadap suatu objek sikap. Jika dikaitkan dengan penelitian ini adalah, bagaimana reaksi para responden mengenai pemilu.
3. **Komponen Konatif:** komponen yang ada di dalam struktur sikap yang menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada di dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Jika dikaitkan dengan penelitian ini adalah, para peserta bersikap sesuai atau sebaliknya dari pemilihan umum.

Pembentukan sikap dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta faktor emosi dalam diri individu (Azwar, 2013, p.30).

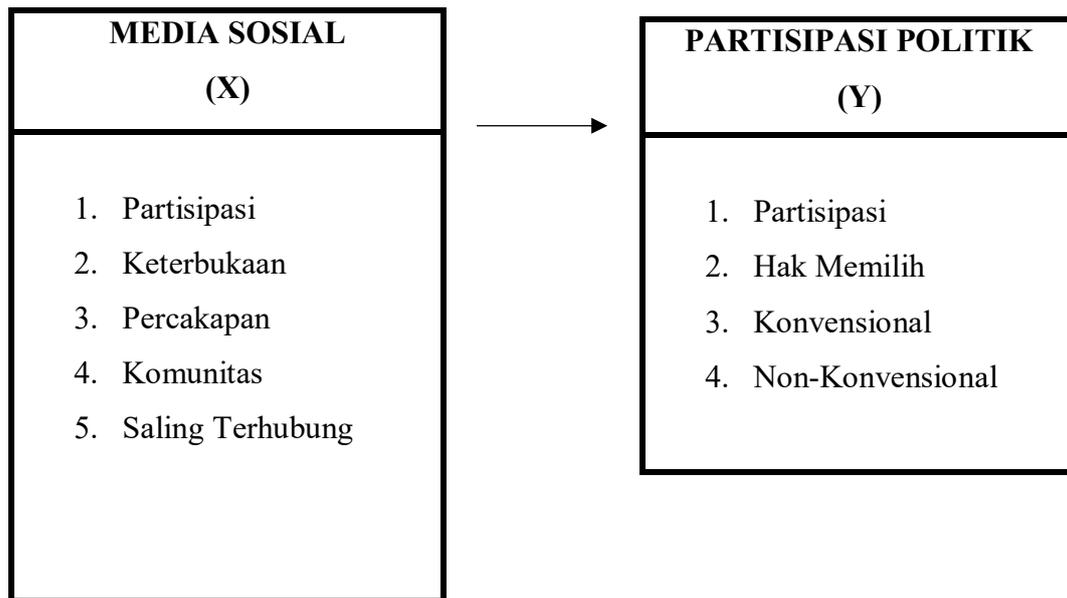
1. **Pengalaman Pribadi:** sesuatu yang sedang atau sudah dialami akan ikut mengambil bagian dalam membentuk dan mempengaruhi penghayatan terhadap stimulus sosial.
2. **Pengaruh orang lain yang dianggap penting:** orang lain disekitar kita merupakan salah-satu diantara komponen sosial yang ikut mempengaruhi sikap kita.
3. **Pengaruh kebudayaan:** kebudayaan dimana kita hidup dan bertumbuh sangat berpengaruh terhadap pembentukan sikap kita.
4. **Media sosial:** sebagai sarana komunikasi, media yang mempunyai berbagai macam bentuk seperti televisi, radio, suratkabar, majalah, dan lain lain. Mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap opini dan kepercayaan orang.
5. **Lembaga pendidikan dan lembaga agama:** dianggap bisa mempengaruhi sikap karena di dalam lembaga pendidikan dan lembaga agama meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Karena keagamaan adalah suatu kepercayaan dimana jika orang tersebut sudah percaya terhadap suatu lembaga maka tidaklah mengehrankan konsep dari lembaga tersebut ikut berperan dalam menentukan sikap individu terhadap suatu hal.

6. Pengaruh faktor emosional: terkadang tidak semua bentuk sikap ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seorang. Terkadang, satu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

Menurut Cutlip, *“Public Relation adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individu atau organisasi dengan kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program tindakan untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik”* (hal. 4 dalam bukunya *Public Relations yang Efektif*, 2006).

Jelas dari definisi Public Relation yang diberikan di atas bahwa tujuan humas di dalam suatu organisasi adalah untuk melayani sebagai penghubung antara organisasi dan khalayak sasarnya. Selain itu, organisasi membutuhkan hubungan masyarakat untuk menggunakan komunikasi untuk mengubah persepsi publik tentang lembaga tersebut. Agar suatu organisasi berhasil, harus ada komunikasi dua arah yang saling menguntungkan dengan publik. Sebuah perusahaan dapat melakukan komunikasi dua arah dengan khalayaknya melalui berbagai cara, salah satunya melalui inisiatif CSR yang dikembangkan oleh bagian public relation.

E. Kerangka Berfikir



F. Hipotesis

H0 : Adanya pengaruh antara media sosial dengan partisipasi politik

H1 : Tidak adanya pengaruh antara media sosial dengan partisipasi politik

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental karena dalam penelitian ini partisipan tidak diberikan perlakuan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian regresi yang dianalisa menggunakan analisa regresi berganda yang dihitung menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hal tersebut dikarenakan dalam penelitian ini memiliki dua variabel X dan satu variabel Y yang ingin diketahui pengaruhnya secara bersamaan sehingga menggunakan desain penelitian regresi dengan uji analisa regresi sederhana.

Seorang peneliti yang melakukan penelitian harus menggunakan metodologi penelitian yang tepat. Dua jenis penelitian utama adalah penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlangsung dalam latar alami, bertujuan untuk menginterpretasikan peristiwa yang terjadi, dan menggunakan berbagai metode yang digunakan saat ini. Wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen adalah metode yang sering digunakan. Sebaliknya, tingkat atribut tertentu diukur dalam penelitian kuantitatif. Setiap jenis penelitian yang mengandalkan persentase komputasi, rata-rata, dan perhitungan lain dianggap sebagai penelitian kuantitatif. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan perhitungan numerik atau kuantitatif.

Untuk memaksimalkan objektivitas, penelitian kuantitatif menekankan fenomena objektif. Memanfaatkan data numerik, analisis statistik, struktur organisasi, dan eksperimen terkontrol, desain studi dilakukan. Peneliti mengadopsi strategi penelitian kuantitatif dalam menanggapi kekhawatiran yang diangkat. Penelitian sebab dan akibat adalah jenis penelitian ini. Premis penelitian sebab-akibat adalah jika X terjadi, Y akan mengikuti. Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier langsung untuk memperkirakan dampak dari setiap variabel. Peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian ini karena dia menyadari bagaimana media sosial (X) mempengaruhi partisipasi politik (Y).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang. Pemilihan lokasi ini berdasarkan heterogenitas masyarakat dengan stratifikasi sosial yang sangat bermacam-macam, sehingga data yang diperoleh bisa mendapatkan validitas dan reliabilitas yang sesuai.

C. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat sehingga terjadi perubahan, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas sehingga terjadi perubahan (Moh. Kasiram, 2008). Berdasarkan definisi diatas, dalam penelitian ini media sosial adalah variabel dan partisipasi politik merupakan variabel terikat.

1. Variabel bebas (independen), merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu Media Sosial (X).
2. Variabel terikat (dependen), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu partisipasi politik (Y).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi menurut (Suharsimi Arikunto, 2019) adalah jumlah subjek penelitian. Populasi merupakan kelompok yang cukup besar, begitu pula dengan topik penelitian yang akan diteliti. Populasi adalah subjek penelitian yang lengkap, yang merupakan ruang lingkup penelitian yang akan diteliti, sesuai dengan definisi yang telah diberikan di atas. Daftar Pemilih Pemilih (DP) di Kota Malang yang berjumlah 612.692 sampel dijadikan sebagai populasi penelitian.

2. Sampel Penelitian

Menurut Suharsimi (Suharsimi Arikunto, 2019) sampel adalah sebagian atau sampel yang mewakili dari populasi yang diteliti. (Sugiyono, 2014) mencatat bahwa sampel mewakili ukuran atau karakteristik populasi. Sampel adalah bagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti dan menunjukkan ciri-ciri tertentu, menurut uraian tersebut. Teknik atau prosedur pengambilan sampel Solvin digunakan untuk memilih sampel untuk penelitian ini. Ukuran sampel sering digunakan untuk menyatakan jumlah partisipan sampel. (Sugiyono, 2014) menegaskan bahwa kesalahan generalisasi lebih kecil kemungkinannya terjadi ketika sampel yang dekat dengan populasi lebih banyak dan lebih mungkin terjadi ketika sampel yang dekat dengan populasi lebih sedikit. Tingkat akurasi

atau kesalahan yang diinginkan menentukan ukuran sampel terbaik untuk digunakan dalam penelitian. Semakin rawan situasi kesalahan, semakin sedikit sampel yang dibutuhkan, dan semakin toleransi kesalahan situasi, semakin banyak anggota sampel yang dibutuhkan sebagai sumber data (Sugiyono, 2014). Besar sampel penelitian ini sebanyak 400 responden. Peneliti menggunakan sampling insidental karena membutuhkan data responden penelitian secara umum dengan insidental yang boleh diisi oleh siapa saja sepanjang memenuhi kebutuhan dan kriteria penelitian tertentu. Kriteria berikut digunakan untuk memilih responden untuk penelitian ini: a) Penduduk Kota Malang, b) Minimal berusia 17 tahun.

E. Definisi Operasional

1. Partisipasi Pemilih Politik

1. Menjadi partisipan dalam pemungutan suara, pemilih berhak berpartisipasi dalam pemilihan umum dengan memberikan suara atau voting sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
2. Partisipasi dalam diskusi politik informal, Ketertarikan dalam dialog politik bersama keluarga atau teman mengenai pemilu serta Intensitas berdialog bersama keluarga atau teman mengenai isu-isu politik.
3. Partisipasi dalam rapat umum, Keterlibatan dalam pertemuan atau kampanye baik sebagai tim sukses atau peserta yang diadakan oleh seorang calon pemilu.
4. Ikut kampanye, Keterlibatan menjadi panitia atau peserta kampanye partai politik atau calon pemilu

2. Media sosial

Media sosial merupakan seluruh jejaring sosial yang populer digunakan oleh pemuda seperti Instagram.

1. Partisipasi, yaitu membuat seseorang untuk ikut serta untuk menanggapi postingan orang lain di Instagram.
2. Keterbukaan, seseorang dapat membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan masalah pribadi seperti foto, video dan komentar di Instagram.
3. Percakapan, menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara seseorang dengan orang lain melalui pesan singkat atau komentar Instagram.

4. Komunitas, menciptakan sebuah ruang di Instagram yang menggabungkan seseorang yang memiliki tujuan atau hobi yang sama.
5. Saling Terhubung, dapat menciptakan sebuah jaringan yang menghubungkan semua orang diseluruh dunia melalui Instagram.

F. Instrumen Penelitian

Peralatan yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian disebut sebagai instrumen atau alat pengumpulan data. Untuk menguji hipotesis penelitian, data yang telah dikumpulkan akan dijelaskan dan dilampirkan. Kualitas suatu penelitian sangat ditentukan oleh instrumen yang juga berfungsi untuk mengubah fakta menjadi data. Peneliti dapat menggunakan instrumen yang dibuat oleh peneliti sebelumnya atau membuat perangkat sendiri untuk mengumpulkan data. (Pudji, 2002)

3.1.1 Tabel

Blueprint Skala Media Sosial

Justifikasi Ahli							
No	Konstruk	Aspek	Indikator	Distribusi Aitem			
				Favorable	Jawaban	Unfavorable	Jawaban
Deskripsi Media Sosial (instagram)							
<p>(Umami & Mega Rosdiana, t.t.)menyampaikan bahwa ada empat aspek yang membuat intensi terbentuk dan ini kaitannya dengan media sosial yakni, penghayatan, perhatian, durasi, dan frekuensi. Lalu pendapat lain menyatakan bahwa media sosial ada 4 (Normasari, 2004) yang pertama frekuensi,waktu pelaksanaan, durasi, materi. Apa yang dimaksud dengan intensitas merupakan kecil besarnya suatu perilaku, ataupun kedalaman penyikapan. Lebih lanjut, intensitas maupun banyak atau tidaknya kegiatan dilihat dari frekuensi. Berdasarkan aspek-aspek yang ada tersebut, penelitian ini menggunkan aspek perhatian,penghayatan,durasi dan materi.</p>							
	Media sosial (Instagram)	Perhatian	Tertarik mencari informasi politik di instagram	Saya suka memberikan like pada konten-konten politik di instagram		Saya tidak tertarik mencari berita politik di instagram karena susah untuk di fahami	
				Untuk menghilangkan kebosanan saya membaca komentar konten politik yang sedang ramai melalui instagram		Komentar konten politik yang sedang ramai di instagram sering membuat saya salah faham	
			Membagikan informasi politik	Menurut saya informasi politik di instagram penting untuk dibagikan agar diketahui semua orang		Menurut saya konten politik yang ada di instagram banyak bohongnya	

		Penghayatan	Memahami informasi politik	Saya sering berdiskusi dan belajar politik bersama teman melalui instagram			
				Saya sering mendapat wawasan baru tentang politik dari instagram		Saya sering salah faham ketika berkomunikasi dan berdiskusi tentang politik melalui instagram	
			Mengetahui keinginan politik ketika mengakses instagrram	Saya selalu terpicu untuk berkomentar pada konten politik di Instagram		Komentar di konten politik pada instagram cenderung melenceng dari konteks	
				Konten-konten di instagram membuat saya tertarik pada isu-isu politik		saya ragu-ragu dengan semua konten politik yang ada di instagram	
		Durasi	Mengetahui lamanya rentang waktu dalam mengakses media sosial instagram	Saya menggunakan media instagram lebih lama dari biasanya ketika menemukan isu yang membahas tentang politik di indonesia yang seru		Saya merasa bosan ketika menemukan isu politik yang ada di sosial media instagram	

3.1.2 Tabel

Blueprint Skala Partisipasi Politik

No.	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Jumlah
1.	<i>Voting</i>	Pemberian suara dalam pemilu	(1), (2)	2
2.	<i>Campaign Activity</i>	Bekerja untuk partai / kandidat	(3), (4)	2
		Menghadiri pertemuan-pertemuan kampanye politik	(5), (6)	2
		Melakukan persuasi kepada orang lain untuk memilih	(7), (8)	2
3.	<i>Comunal Activity</i>	Keterlibatan dengan kelompok masyarakat atau kelompok kepentingan	(9), (10)	2
4.	<i>Contacting personal on personal matters</i>	Mengadakan hubungan dengan anggota lembaga politik	(11), (12)	2
5.	<i>Protest</i>	Lisan	(13), (14)	2
		Tulisan	(15), (16)	2
TOTAL				16

G. Teknik Analisa Data

Analisis data melibatkan peramalan atau antisipasi lebih banyak kejadian serta mengukur pengaruh perubahan satu atau lebih kejadian pada kejadian yang sudah terjadi. Peristiwa dapat digambarkan sebagai pergeseran nilai variabel. Analisis data merupakan langkah dalam penelitian kuantitatif yang dilakukan setelah semua data responden atau data dari sumber lain terkumpul. Pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan adalah semua kegiatan dalam analisis data.

1. Karakteristik Responden

Tabel 3.2.1 Frekuensi Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 18-30	205	51.3	51.3	51.3
	Usia 31-50	146	36.5	36.5	87.8
	Usia 51-82	49	12.3	12.3	100.0
Total		400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.1 diatas menunjukkan bahwa frekuensi usia responden dalam penelitian ini yaitu usia 18-30 berjumlah 205 orang (51,3%), usia 31-50 berjumlah 146 orang (36,5%) dan usia 51-82 berjumlah 49 orang (12,3%), dengan prosentase tertinggi pada usia 18-30 sebanyak 51.3% dari 400 responden.

Tabel 3.2.2 Frekuensi Jenis Kelamin Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	237	59.3	59.3	59.3
	Perempuan	163	40.8	40.8	100.0
Total		400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.2 diatas menunjukkan bahwa frekuensi jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu laki-laki berjumlah 237 orang (59,3%) dan perempuan berjumlah 163 orang (40,8%), dengan prosentase tertinggi pada jenis kelamin laki-laki sebanyak 59.3% dari 400 responden.

Tabel 3.2.3 Frekuensi Agama Responden

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	365	91.3	91.3	91.3
	Kristen	19	4.8	4.8	96.0
	Katolik	14	3.5	3.5	99.5
	Hindu	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.3 diatas menunjukkan bahwa frekuensi agama responden dalam penelitian ini yaitu agama Islam berjumlah 365 orang (91,3%), Kristen berjumlah 19 orang (4,8%), Katolik berjumlah 14 orang (3,5%) dan Hindu berjumlah 2 orang (0,5%), dengan prosentase tertinggi pada agama Islam sebanyak 91.3% dari 400 responden.

Tabel 3.2.4 Frekuensi Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	4.8	4.8	4.8
	Wirausaha	73	18.3	18.3	23.0
	Buruh	48	12.0	12.0	35.0
	Pelajar	73	18.3	18.3	53.3
	Dosen	5	1.3	1.3	54.5
	Lainnya	182	45.5	45.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.4 diatas menunjukkan bahwa frekuensi pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu PNS berjumlah 19 orang (4,8%), Wirausaha berjumlah 73 (18,3%), Buruh berjumlah 48 (12%), Pelajar berjumlah 73 (18,3%), Dosen berjumlah 5 (1,3%) dan lainnya berjumlah 182 (45,5%), dengan prosentase tertinggi pada pekerjaan lainnya sebanyak 45.5% dari 400 responden.

Tabel 3.2.5 Frekuensi Pendidikan Responden

		Pendidikan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Sarjana	177	44.3	44.3	44.3
	SMA	171	42.8	42.8	87.0
	SMP	33	8.3	8.3	95.3
	SD	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.5 diatas menunjukkan bahwa frekuensi pendidikan responden dalam penelitian ini yaitu Sarjana (S1/S2/S3) berjumlah 177 orang (44,3%), SMA berjumlah 171 (42,8%), SMP berjumlah 33 (8,3%) dan SD berjumlah 19 (4,8%), dengan prosentase tertinggi pada pendidikan sarjana sebanyak 44.3% dari 400 responden.

Tabel 3.2.6 Frekuensi Dalam Kepartaian Responden

		Dalam Kepartaian			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Bukan Anggota	379	94.8	94.8	94.8
	Anggota	6	1.5	1.5	96.3
	Tim Sukses	9	2.3	2.3	98.5
	Pengurus	6	1.5	1.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 3.2.6 diatas menunjukkan bahwa frekuensi dalam kepartaian responden dalam penelitian ini yaitu bukan anggota berjumlah 379 orang (94,8%), anggota

berjumlah 6 (1,5%), tim sukses berjumlah 9 (2,3%) dan pengurus berjumlah 6 (1,5%), dengan prosentase tertinggi pada *none* anggota sebanyak 94.8% dari 400 responden.

2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu Pertama, mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan (item) dengan total item. Kedua, mengkorelasikan antar masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk (Ghozali, 2018).

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Kriteria pengujiannya yaitu: H0 diterima apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah) H0 ditolak apabila $r \text{ statistik} \leq r \text{ tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah). Cara menentukan besar nilai R tabel $R \text{ tabel} = df(n-k-1)$, dimana:

n: adalah jumlah responden

k: adalah jumlah variabel independent

R tabel = 0.05 ; (400-1-1)

R tabel = 0.05 ; (398)

Dari angka tersebut dilihat pada tabel r taraf signifikansi 0.05, maka didapatkan nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0.0981. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel media sosial dan partisipasi pemilu:

Tabel 3.3.1 Uji Validitas Variabel Media Sosial

Item Media Sosial	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.707	0.0981	Valid
item 2	0.688	0.0981	Valid
item 3	0.752	0.0981	Valid
item 4	0.702	0.0981	Valid
item 5	0.608	0.0981	Valid
item 6	0.550	0.0981	Valid
item 7	0.713	0.0981	Valid
item 8	0.658	0.0981	Valid
item 9	0.709	0.0981	Valid
item 10	0.626	0.0981	Valid
item 11	0.726	0.0981	Valid
item 12	0.697	0.0981	Valid
item 13	0.612	0.0981	Valid
item 14	0.640	0.0981	Valid
item 15	0.566	0.0981	Valid

Tabel Uji 3.3.2 Validitas Variabel Partisipasi Pemilu

Item Partisipasi	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.377	0.0981	Valid
item 2	0.351	0.0981	Valid
item 3	0.638	0.0981	Valid
item 4	0.727	0.0981	Valid
item 5	0.563	0.0981	Valid
item 6	0.692	0.0981	Valid
item 7	0.634	0.0981	Valid
item 8	0.626	0.0981	Valid
item 9	0.591	0.0981	Valid
item 10	0.718	0.0981	Valid
item 11	0.709	0.0981	Valid
item 12	0.732	0.0981	Valid
item 13	0.606	0.0981	Valid
item 14	0.623	0.0981	Valid
item 15	0.705	0.0981	Valid
item 16	0.616	0.0981	Valid

Berdasarkan tabel 3.3.1 dan tabel 3.3.2 di atas menunjukkan bahwa angket sudah valid dimana pada setiap item pada masing-masing variabel menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Sugiono, 2017). Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel media sosial dan partisipasi pemilu:

Tabel 3.4.1 Uji Reliabilitas Pada Variabel Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	15

Berdasarkan tabel 3.4.1 di atas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.908. Nilai 0.908 lebih besar dari 0.6, maka berdasarkan keputusan uji realibilitas adalah data pada variabel media sosial sudah reliabel.

Tabel Uji 3.4.2 Reliabilitas Pada Variabel Partisipasi Politik

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	17

Berdasarkan tabel 3.4.2 di atas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.908. Nilai 0.753 lebih besar dari 0.6, maka berdasarkan keputusan uji realibilitas adalah data pada variabel partisipasi pemilu sudah reliabel.

4. Uji Rentang Skala

Tabel 3.5.1 Uji Rentang Skala Variabel Media Sosial

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden							
		SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)
1	P1	99	24.8	187	46.8	95	23.8	19	4.8
2	P2	138	34.5	158	39.5	86	21.5	18	4.5
3	P3	109	27.3	168	42	94	23.5	29	7.3
4	P4	122	30.5	162	40.5	94	23.5	22	5.5
5	P5	138	34.5	158	39.5	90	22.5	14	3.5
6	P6	111	27.8	160	40	104	26	25	6.3
7	P7	99	24.8	120	30	141	35.3	40	10
8	P8	156	39	157	39.3	72	18	15	3.8
9	P9	115	28.8	143	35.8	111	27.8	31	7.8
10	P10	137	34.3	133	33.3	101	25.3	29	7.3
11	P11	101	25.3	153	38.3	124	31	22	5.5
12	P12	120	30	153	38.3	108	27	19	4.8
13	P13	110	27.5	131	32.8	123	30.8	36	9
14	P14	103	25.8	137	34.3	126	31.5	34	8.5
15	P15	117	29.3	129	32.3	118	29.5	36	9

Tabel 3.5.2 Uji Rentang Skala Variabel Partisipasi Politik

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden							
		SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)
1	P1	16	4	117	29.4	152	38	115	28.8
2	P2	21	5.3	106	26.5	176	44	97	24.3
3	P3	193	48.3	115	28.8	70	17.5	22	5.5

4	P4	203	50.8	126	31.5	52	13	19	4.8
5	P5	113	28.3	140	35	125	31.3	22	5.5
6	P6	184	46	124	31	74	18.5	18	4.5
7	P7	155	38.8	156	39	75	18.8	14	3.5
8	P8	152	38	142	35.5	86	21.5	20	5
9	P9	104	26	149	37.3	129	32.3	18	4.5
10	P10	187	46.8	128	32	67	16.8	18	4.5
11	P11	206	51.5	119	29.8	65	16.3	10	2.5
12	P12	196	49	139	34.8	61	15.3	4	1
13	P13	207	51.8	123	30.8	65	16.3	5	1.3
14	P14	220	55	101	25.3	67	16.8	12	3
15	P15	237	59.3	105	26.3	53	13.3	5	1.3
16	P16	193	48.3	120	30	72	18	15	3.8

5. Uji T

Tabel 3.6.1 Hasil Model Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.764	1.895		16.233	.000
Media Sosial	.417	.043	.440	9.780	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi

Berdasarkan tabel 3.6.1 di atas diketahui nilai *Unstandardized Coefficients Beta* pada model (*Constant*) didapatkan nilai sebesar 30.764 dan Media Sosial sebesar 0.417. Maka dapat ditulis persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 30.764 + 0.417X$$

Dapat dilihat pada nilai t pada tabel di atas didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat diartikan bahwa adanya pengaruh variabel *independent* (media sosial) terhadap variabel *dependent* (partisipasi pemilu).

6. Uji R-Square

Tabel 3.7.1 Hasil R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.440 ^a	.194	.192	7.568

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.440. Dari output tersebut didapatkan nilai R-Square sebesar 0.194, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Media Sosial) terhadap variabel terikat (Partisipasi Pemilu) adalah sebesar 19,4%.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)". Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Rulli Nasrullah, 2015).

Media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (*media online*) yang memungkinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lainnya. Selain itu, penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan.

4.2.1 Karakteristik Responden

Tabel 4.1 Frekuensi Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 18-30	205	51.3	51.3	51.3
	Usia 31-50	146	36.5	36.5	87.8
	Usia 51-82	49	12.3	12.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa frekuensi usia responden dalam penelitian ini yaitu usia 18-30 berjumlah 205 orang (51,3%), usia 31-50 berjumlah 146 orang (36,5%) dan usia 51-82 berjumlah 49 orang (12,3%), dengan prosentase tertinggi pada usia 18-30 sebanyak 51.3% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan usia 18-30 lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

Tabel 4.2 Frekuensi Jenis Kelamin Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	237	59.3	59.3	59.3
	Perempuan	163	40.8	40.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa frekuensi jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu laki-laki berjumlah 237 orang (59,3%) dan perempuan berjumlah 163 orang (40,8%), dengan prosentase tertinggi pada jenis kelamin laki-laki sebanyak 59.3% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

Tabel 4.3 Frekuensi Agama Responden

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	365	91.3	91.3	91.3
	Kristen	19	4.8	4.8	96.0
	Katolik	14	3.5	3.5	99.5
	Hindu	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa frekuensi agama responden dalam penelitian ini yaitu agama Islam berjumlah 365 orang (91,3%), Kristen berjumlah 19 orang (4,8%), Katolik berjumlah 14 orang (3,5%) dan Hindu berjumlah 2 orang (0,5%), dengan prosentase tertinggi pada agama Islam sebanyak 91.3% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang beragama Islam lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

Tabel 4.4 Frekuensi Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	4.8	4.8	4.8
	Wirausaha	73	18.3	18.3	23.0
	Buruh	48	12.0	12.0	35.0
	Pelajar	73	18.3	18.3	53.3
	Dosen	5	1.3	1.3	54.5
	Lainnya	182	45.5	45.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa frekuensi pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu PNS berjumlah 19 orang (4,8%), Wirausaha berjumlah 73 (18,3%), Buruh berjumlah 48 (12%), Pelajar berjumlah 73 (18,3%), Dosen berjumlah 5 (1,3%) dan lainnya berjumlah 182 (45,5%), dengan prosentase tertinggi pada pekerjaan lainnya sebanyak 45.5% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan pekerjaan lainnya lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

Tabel 4.5 Frekuensi Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sarjana	177	44.3	44.3	44.3
	SMA	171	42.8	42.8	87.0
	SMP	33	8.3	8.3	95.3
	SD	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa frekuensi pendidikan responden dalam penelitian ini yaitu Sarjana (S1/S2/S3) berjumlah 177 orang (44,3%), SMA berjumlah 171 (42,8%), SMP berjumlah 33 (8,3%) dan SD berjumlah 19 (4,8%), dengan prosentase tertinggi

pada pendidikan sarjana sebanyak 44.3% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang berpendidikan sarjana lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

Tabel 4.6 Frekuensi Dalam Kepartaian Responden

		Dalam Kepartaian			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Bukan Anggota	379	94.8	94.8	94.8
	Anggota	6	1.5	1.5	96.3
	Tim Sukses	9	2.3	2.3	98.5
	Pengurus	6	1.5	1.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa frekuensi dalam kepartaian responden dalam penelitian ini yaitu bukan anggota berjumlah 379 orang (94,8%), anggota berjumlah 6 (1,5%), tim sukses berjumlah 9 (2,3%) dan pengurus berjumlah 6 (1,5%), dengan prosentase tertinggi pada *none* anggota sebanyak 94.8% dari 400 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan kategori *none* anggota lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial terkait partisipasi politik.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu Pertama, mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan (item) dengan total item. Kedua, mengkorelasikan antar masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk (Ghozali, 2018).

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Kriteria pengujiannya yaitu: H0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah) H0 ditolak apabila $r_{statistik} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah). Cara menentukan besar nilai R tabel $R_{tabel} = df(n-k-1)$, dimana:

n: adalah jumlah responden

k: adalah jumlah variabel independent

R tabel = 0.05 ; (400-1-1)

R tabel = 0.05 ; (398)

Dari angka tersebut dilihat pada tabel r taraf signifikansi 0.05, maka didapatkan nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0.0981. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel media sosial dan partisipasi pemilu:

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Media Sosial

Item Media Sosial	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.707	0.0981	Valid
item 2	0.688	0.0981	Valid
item 3	0.752	0.0981	Valid
item 4	0.702	0.0981	Valid
item 5	0.608	0.0981	Valid
item 6	0.550	0.0981	Valid
item 7	0.713	0.0981	Valid
item 8	0.658	0.0981	Valid
item 9	0.709	0.0981	Valid
item 10	0.626	0.0981	Valid
item 11	0.726	0.0981	Valid
item 12	0.697	0.0981	Valid
item 13	0.612	0.0981	Valid
item 14	0.640	0.0981	Valid
item 15	0.566	0.0981	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa angket sudah valid dimana pada setiap item pada variabel media sosial menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Tabel Uji 4.8 Validitas Variabel Partisipasi Politik

Item Partisipasi	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.377	0.0981	Valid
item 2	0.351	0.0981	Valid
item 3	0.638	0.0981	Valid
item 4	0.727	0.0981	Valid
item 5	0.563	0.0981	Valid
item 6	0.692	0.0981	Valid
item 7	0.634	0.0981	Valid
item 8	0.626	0.0981	Valid
item 9	0.591	0.0981	Valid
item 10	0.718	0.0981	Valid
item 11	0.709	0.0981	Valid
item 12	0.732	0.0981	Valid
item 13	0.606	0.0981	Valid
item 14	0.623	0.0981	Valid
item 15	0.705	0.0981	Valid
item 16	0.616	0.0981	Valid

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa angket sudah valid dimana pada setiap item pada variabel partisipasi politik menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$).

4.2.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas

data. Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Sugiyono, 2014). Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel media sosial dan partisipasi pemilu:

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Pada Variabel Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.908	15

Berdasarkan tabel 4.9 di atas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.908. Nilai 0.908 lebih besar dari 0.6, maka berdasarkan keputusan uji realibilitas adalah data pada variabel media sosial sudah reliabel.

Tabel Uji 4.10 Reliabilitas Pada Variabel Partisipasi Pemilu

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	17

Berdasarkan tabel 4.10 di atas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.753. Nilai 0.753 lebih besar dari 0.6, maka berdasarkan keputusan uji realibilitas adalah data pada variabel partisipasi pemilu sudah reliabel.

4.2.4 Uji Rentang Skala

Media sosial pada umumnya adalah sebuah alat pengakses informasi yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lainnya) sesama pengguna. kemajuan akan kegunaan Media sosial tidak hanya sebagai platform komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga digunakan untuk kepentingan khalayak ramai seperti kepentingan politik, pemerintahan, dan lainnya. Setelah keseluruhan data yang diperoleh dalam penelitian diuraikan, maka tahap selanjutnya dilakukan analisis data tentang variabel media sosial.

Untuk mengetahui skor dalam prosentase dapat dilakukan dengan cara:

Skor Maximum = skor skala tertinggi x jumlah responden

$$= 4 \times 400 = 1600$$

$$\begin{aligned} \text{Skor \%} &= \frac{\text{total skor per item (pada tabel.4.16)}}{\text{Skor Maximum}} \times 100\% \\ &= \frac{1166}{1600} \times 100 \% = 72,9\% \end{aligned}$$

Adapun indikator media sosial adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi, yaitu membuat seseorang untuk ikut serta untuk menanggapi postingan orang lain di Instagram. Untuk mengetahui indikator partisipasi diukur melalui 3 item pertanyaan. Berikut adalah hasil analisis indikator partisipasi:

Tabel 4.11 Skor Jawaban Responden Partisipasi

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden				
	SS (%)	S (%)	J (%)	TP (%)	Skor (%)
P1	24,8	46,8	23,8	4,8	72,9
P6	27,8	40	26	6,3	72,3
P11	25,3	38,3	31	5,5	70,8
Rata-Rata	26	41,7	26,9	5,5	72

Hasil analisis deskriptif tentang indikator partisipasi dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 41,7% responden memberikan penilaian sering, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 5,5% responden memberikan penilaian tidak pernah. Sedangkan rata-rata jumlah skor keseluruhan sub indikator partisipasi dari variabel media sosial (X) yaitu sebesar 72%. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori cukup baik. Meskipun berada pada kategori cukup baik, akan tetapi masyarakat belum sepenuhnya dapat berpartisipasi pada kegiatan pemilu dimedia sosial.

2. Keterbukaan, seseorang dapat membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan masalah pribadi seperti foto, video dan komentar di Instagram. Untuk mengetahui indikator keterbukaan diukur melalui 3 item pertanyaan. Berikut adalah hasil analisis indikator keterbukaan:

Tabel 4.12 Skor Jawaban Responden Keterbukaan

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden				
	SS (%)	S (%)	J (%)	TP (%)	Skor (%)
P2	34,5	39,5	21,5	4,5	76,0
P7	24,8	30	35,3	10	67,4
P12	30	38,3	27	4,8	73,4
Rata-Rata	29,8	35,9	27,9	6,4	72,3

Hasil analisis deskriptif tentang indikator keterbukaan dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 35,9% responden memberikan penilaian sering, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 6,4% responden memberikan penilaian tidak pernah. Sedangkan rata-rata jumlah skor keseluruhan sub indikator keterbukaan dari variabel media sosial (X) yaitu sebesar 72,3%. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori cukup baik. Meskipun demikian sebagian masyarakat masih belum dapat menggunakan media sosial untuk dapat membagikan informasi secara terbuka.

3. Percakapan, menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara seseorang dengan orang lain melalui pesan singkat atau komentar Instagram. Untuk mengetahui indikator percakapan diukur melalui 3 item pertanyaan. Berikut adalah hasil analisis indikator percakapan:

Tabel 4.13 Skor Jawaban Responden Percakapan

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden				
	SS (%)	S (%)	J (%)	TP (%)	Skor (%)
P3	27,3	42	23,5	7,3	72,3
P8	39	39,3	18	3,8	78,4
P13	27,5	32,8	30,8	9	69,7
Rata-Rata	31,3	38	24,1	6,7	73,5

Hasil analisis deskriptif tentang indikator percakapan dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 38% responden memberikan penilaian sering, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 6,7%

responden memberikan penilaian tidak pernah. Sedangkan rata-rata jumlah skor keseluruhan sub indikator percakapan dari variabel media sosial (X) yaitu sebesar 73,5%. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori cukup baik. Meskipun berada pada kategori cukup baik, akan tetapi masyarakat belum sepenuhnya dapat memanfaatkan percakapan untuk memperoleh informasi mengenai suatu program pemerintah.

4. Komunitas, menciptakan sebuah ruang di Instagram yang menggabungkan seseorang yang memiliki tujuan atau hobbi yang sama. Untuk mengetahui indikator komunitas diukur melalui 3 item pertanyaan. Berikut adalah hasil analisis indikator komunitas:

Tabel 4.14 Skor Jawaban Responden Komunitas

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden				
	SS (%)	S (%)	J (%)	TP (%)	Skor (%)
P4	30,5	40,5	23,5	5,5	74,0
P9	28,8	35,8	27,8	7,8	71,4
P14	25,8	34,3	31,5	8,5	69,3
Rata-Rata	28,4	36,9	27,6	7,3	71,6

Hasil analisis deskriptif tentang indikator komunitas dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 36,9% responden memberikan penilaian sering, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 7,3% responden memberikan penilaian tidak pernah. Sedangkan rata-rata jumlah skor keseluruhan sub indikator komunitas dari variabel media sosial (X) yaitu sebesar 71,6%. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori cukup baik. Meskipun berada pada kategori cukup baik, akan tetapi masyarakat yang belum tergabung dalam komunitas atau kelompok tertentu sulit memperoleh informasi mengenai partisipasi politik.

5. Saling Terhubung, dapat menciptakan sebuah jaringan yang menghubungkan semua orang diseluruh dunia melalui Instagram. Untuk mengetahui indikator saling terhubung diukur melalui 3 item pertanyaan. Berikut adalah hasil analisis indikator saling terhubung:

Tabel 4.15 Skor Jawaban Responden Saling Terhubung

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden				
	SS (%)	S (%)	J (%)	TP (%)	Skor (%)
P5	34,5	39,5	22,5	3,5	76,3
P10	34,3	33,3	25,3	7,3	73,6
P15	29,3	32,3	29,5	9	70,4
Rata-Rata	32,7	35	25,8	6,6	73,4

Hasil analisis deskriptif tentang indikator saling terhubung dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 35% responden memberikan penilaian sering, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 6,6% responden memberikan penilaian tidak pernah. Sedangkan rata-rata jumlah skor keseluruhan sub indikator saling terhubung dari variabel media sosial (X) yaitu sebesar 73,4%. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori cukup baik. Meskipun berada pada kategori cukup baik, akan tetapi masyarakat yang tidak terhubung melalui media sosial sulit untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan politik.

Tabel 4.16 Uji Rentang Skala Variabel Media Sosial

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden								
	SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)	Skor
P1	99	24,8	187	46,8	95	23,8	19	4,8	1166
P2	138	34,5	158	39,5	86	21,5	18	4,5	1216
P3	109	27,3	168	42	94	23,5	29	7,3	1157
P4	122	30,5	162	40,5	94	23,5	22	5,5	1184
P5	138	34,5	158	39,5	90	22,5	14	3,5	1220
P6	111	27,8	160	40	104	26	25	6,3	1157
P7	99	24,8	120	30	141	35,3	40	10	1078
P8	156	39	157	39,3	72	18	15	3,8	1254
P9	115	28,8	143	35,8	111	27,8	31	7,8	1142
P10	137	34,3	133	33,3	101	25,3	29	7,3	1178
P11	101	25,3	153	38,3	124	31	22	5,5	1133

P12	120	30	153	38,3	108	27	19	4,8	1174
P13	110	27,5	131	32,8	123	30,8	36	9	1115
P14	103	25,8	137	34,3	126	31,5	34	8,5	1109
P15	117	29,3	129	32,3	118	29,5	36	9	1127
Total Skor									17410
Rata-Rata									1161

Pada tabel 4.16 di atas, tanggapan responden tentang media sosial dengan total skor 17.410 atau dengan rata-rata skor 1161 dari 15 item pernyataan yang didapatkan pada kelima indikator. Adapun skor tertinggi dari setiap item pernyataan diberi skor 4 dan skor terendah setiap item pernyataan diberi skor 1. Untuk mengetahui skor maximum variabel media sosial (X) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Maximum} &= \text{Skor tertinggi item pernyataan} \times N \text{ (jumlah responden) } \times \text{Item} \\
 &\text{pernyataan} \\
 &= 4 \times 400 \times 15 \\
 &= 24.000
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil penelitian media sosial pada masyarakat Kota Malang, diperoleh dari jumlah skor hasil perolehan dalam pengumpulan data kuesioner sebanyak 17.410. Maka tanggapan dari 400 responden terhadap media sosial di Kota Malang yaitu:

$$\frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maximum}} \times 100\% = \frac{17.410}{24.000} \times 100\% = 72,5\%$$

Berdasarkan hasil penelitian masyarakat Kota Malang memperoleh skor 72,5% terkait media sosial yang dikategorikan cukup baik dalam menggunakan media sosial dalam partisipasi politik. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial sehingga dalam penggunaannya sudah mampu dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat dalam hal partisipasi dalam pemilihan umum. Namun berdasarkan pengamatan peneliti, masih terdapat hal yang menjadi kekurangan dalam penggunaan media sosial itu sendiri yakni penggunaan media sosial tidak dapat menyentuh seluruh kalangan

masyarakat, sehingga keterbatasan itulah yang kerap menjadi alasan sebagian masyarakat tidak memperoleh informasi terkait dengan pemilihan umum.

Tabel 4.17 Uji Rentang Skala Variabel Partisipasi Politik

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden								
	SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)	Skor
P1	16	4	117	29,4	152	38	115	28,8	834
P2	21	5,3	106	26,5	176	44	97	24,3	851
P3	193	48,3	115	28,8	70	17,5	22	5,5	1279
P4	203	50,8	126	31,5	52	13	19	4,8	1313
P5	113	28,3	140	35	125	31,3	22	5,5	1144
P6	184	46	124	31	74	18,5	18	4,5	1274
P7	155	38,8	156	39	75	18,8	14	3,5	1252
P8	152	38	142	35,5	86	21,5	20	5	1226
P9	104	26	149	37,3	129	32,3	18	4,5	1139
P10	187	46,8	128	32	67	16,8	18	4,5	1284
P11	206	51,5	119	29,8	65	16,3	10	2,5	1321
P12	196	49	139	34,8	61	15,3	4	1	1327
P13	207	51,8	123	30,8	65	16,3	5	1,3	1332
P14	220	55	101	25,3	67	16,8	12	3	1329
P15	237	59,3	105	26,3	53	13,3	5	1,3	1374
P16	193	48,3	120	30	72	18	15	3,8	1291
Total Skor									19570
Rata-Rata									1223

Pada tabel 4.17 di atas, tanggapan responden tentang partisipasi pemilu dengan total skor 19.570 atau dengan rata-rata skor 1223 dari 16 item pernyataan yang didapatkan pada kelima indikator. Adapun skor tertinggi dari setiap item pernyataan diberi skor 4 dan skor terendah setiap item pernyataan diberi skor 1. Untuk mengetahui skor maximum variabel partisipasi politik (y) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Maximum pernyataan} &= \text{Skor tertinggi item pernyataan} \times N \text{ (jumlah responden) } \times \text{Item pernyataan} \\
 &= 4 \times 400 \times 16 \\
 &= 25.600
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari hasil penelitian partisipasi politik pada masyarakat Kota Malang, diperoleh dari jumlah skor hasil perolehan dalam pengumpulan data kuesioner sebanyak 19.570. Maka tanggapan dari 400 responden terhadap partisipasi politik di Kota Malang yaitu:

$$\frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maximum}} \times 100\% = \frac{19.570}{25.600} \times 100\% = 76,4\%$$

Berdasarkan hasil penelitian masyarakat Kota Malang memperoleh skor 76,4% dikategorikan cukup baik dalam partisipasi politik. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sudah mampu ikut berperan aktif dalam pelaksanaan program pemerintah yaitu pemilihan umum sehingga dalam pelaksanaannya telah mampu dioptimalkan oleh masyarakat. Namun berdasarkan pengamatan peneliti, masih terdapat beberapa hal yang menjadi kekurangan dalam pelaksanaan program pemilihan umum tersebut yakni kurangnya kerjasama pemerintah setempat dalam mensosialisasikan pemilihan umum langsung ke lingkungan masyarakat setempat. Sehingga masyarakat selain memperoleh informasi melalui layanan media sosial, mereka juga harus mendatangi ke kantor KPU Malang atau tempat-tempat sosialisasi yang sudah disediakan untuk memperoleh informasi atau pelayanan terkait pemilihan umum.

4.2.5 Uji T

Tabel 4.18 Hasil Model Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.764	1.895		16.233	.000
Media Sosial	.417	.043	.440	9.780	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi

Berdasarkan tabel 4.18 di atas diketahui nilai *Unstandardized Coefficients Beta* pada model (*Constant*) didapatkan nilai sebesar 30.764 dan Media Sosial sebesar 0.417. Maka dapat ditulis persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 30.764 + 0.417X$$

Dapat dilihat pada nilai t pada tabel di atas didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat diartikan bahwa adanya pengaruh variabel *independent* (media sosial) terhadap variabel *dependent* (partisipasi pemilu).

4.2.6 Uji R-Square

Tabel 4.19 Hasil R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.440 ^a	.194	.192	7.568

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Berdasarkan tabel 4.19 di atas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.440. Dari output tersebut didapatkan nilai R-Square sebesar 0.194, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Media Sosial) terhadap variabel terikat (Partisipasi Pemilu) adalah sebesar 19,4%.

4.1 Pembahasan

Media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)". Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Nasrullah, 2017).

Media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (*media online*) yang memungkinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lainnya. Selain itu, penggunaanya dengan mudah

berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan. Dalam hal ini, ada beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *Blog, Twitter, Facebook, WhatsApp, BMM, Line, Wikipedia* dan lain-lain.

Sebagaimana telah diuraikan bahwa 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. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi politik masyarakat dalam pemilu. Hal ini sering kita jumpai dalam masa-masa kampanye politik para kandidat calon Kepala Daerah yang sedang maju dalam kompetisi pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), maupun kandidat calon presiden dalam Pilpres, dan dalam pemilihan anggota legislatif.

Pemanfaatan aplikasi media sosial tidak sebatas hanya untuk berkomunikasi secara umum, juga sekarang sudah merambah ke dunia politik, khusus dalam pemilu. Hal ini nampak jelas pada pemilu dari tahun ke tahun penggunaannya semakin meluas. Pemanfaatan aplikasi media sosial di arena pemilu semakin meluas sekarang ini, hal ini karena media sosial memiliki daya jangkauan yang luas, dan dari segi biaya lebih murah ketimbang menggunakan media cetak klasik, misal spanduk, pamflet, liflet dan sebagainya, serta realitasnya masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel media sosial terhadap partisipasi pemilu. Berkesesuaian dengan hasil temuan oleh Swastika

dan Utami (2020), menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel media sosial terhadap partisipasi politik.

Didapatkan persamaan regresinya $Y = 30.764 + 0.417X$, persamaan tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 30.764, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi pemilu adalah sebesar 30.764. Sedangkan koefisien regresi X sebesar 0.417 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Media Sosial, maka nilai Partisipasi Pemilu bertambah sebesar 0.417. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel x terhadap y adalah positif atau dapat diartikan jika variabel media sosial meningkat maka variabel partisipasi pemilu juga meningkat. Dapat disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial yang baik dalam suatu kegiatan pemilu maka akan berimbas pada keikutsertaan partisipan untuk melakukan kegiatan pemilu.

Berdasarkan uji rentang skala untuk penggunaan media sosial itu sendiri, sudah dimanfaatkan dengan baik, tapi masih sangat perlu diperhatikan untuk aspek pada penggunaan yang lainnya. Dalam penggunaan media sosial itu sendiri, pemerintah telah menyediakan layanan melalui fitur yang telah disediakan diberbagai jejaring media sosial seperti facebook, whatsapp, maupun instagram yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk dapat memperoleh informasi mengenai program keluarga berencana dengan cara memanfaatkan layanan media sosial sebagai alat pengakses informasi. Selain itu, media sosial memberikan akses kemudahan bagi masyarakat dalam menyalurkan berbagai bentuk aspirasi dan partisipasi.

Namun dalam penggunaan media sosial sehari-hari, masih terdapat kekurangan-kekurangan yang menjadi penghambat dalam keikutsertaan masyarakat dalam pemilihan umum. Selain itu, pemanfaatan media sosial secara maksimal belum diperlihatkan oleh pemerintah sebagai pengelola dan pelaksanaan pemilihan umum dalam melayani masyarakat ke segala aspek maupun elemen masyarakat itu sendiri.

Pada temuan penelitian kontribusi variabel media sosial terhadap partisipasi politik relatif kecil. Artinya perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah setempat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Juga diharapkan masyarakat lebih aktif lagi dalam mencari informasi terkait pemilihan umum tidak hanya sekedar melalui media sosial juga turut upaya mencari informasi di Kantor KPU Kota Malang atau yang tersedia tempat-tempat terdekat seperti Lokasi Sosialisai Pemilu, Kelurahan, dll. Hal itu dilakukan agar dapat meningkatkan peran aktif masyarakat dalam berpartisipasi politik dan mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan pada saat pemilihan umum.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel media sosial terhadap variabel partisipasi politik, dimana arah pengaruh yaitu positif yang artinya bahwa media sosial meningkat maka meningkat pula variabel partisipasi politik.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan nilai R-Square, dimana didapatkan r-square dalam penelitian ini 19,4%. Artinya variabel media sosial kurang mampu dalam menjelaskan pengaruh terhadap variabel partisipasi politik. Diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih teliti agar mendapatkan hasil yang maksimal.

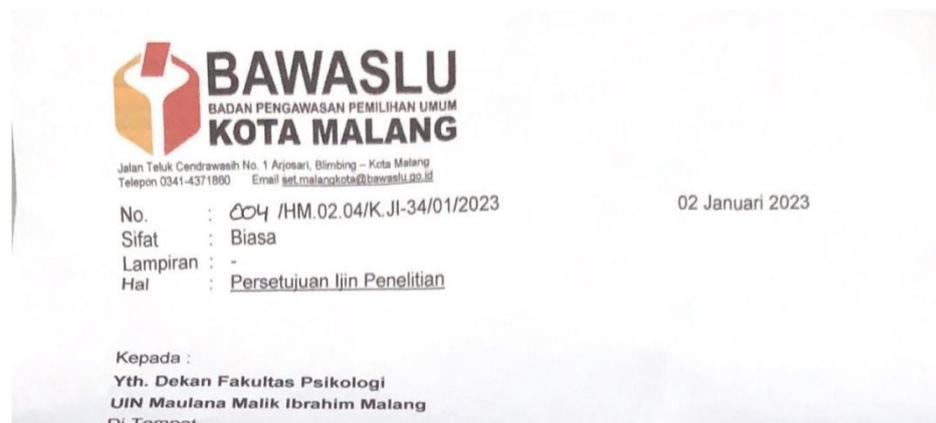
DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, B. (2014). Ardha: Social Media sebagai media kampanye partai SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA. Dalam *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 13, Nomor 01). <http://oreilly.com/web2/archive/>
- Backman, C. W. (1983). Toward an Interdisciplinary Social Psychology**A portion of this manuscript was completed while the writer was a visiting professor of social psychology at Catholic University, Nijmegen, The Netherlands. This support is gratefully acknowledged. Dalam L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 16, hlm. 219–261). Academic Press. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60397-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60397-4)
- DASAR-DASAR ILMU POLITIK. (t.t.). www.bacaan-indo.blogspot.com
- Dewantara, R. W., & Widhyharto, D. S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta. Dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (Vol. 19, Nomor 1).
- DR. Mohtar Mas' oed. (1997). *Politik Birokrasi dan Pembangunan*. Pustaka Pelajar.
- Fakultas, R. N., Dakwah, I., Komunikasi, I., Syarif, U., & Jakarta, H. (t.t.). *RISET KHALAYAK DIGITAL: PERSPEKTIF KHALAYAK MEDIA DAN REALITAS VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL PUBLIC DIGITAL RESEARCH: MEDIA PERSPECTIVE AND VIRTUAL REALITY IN SOCIAL MEDIA*.
- Fauzan, A., & Rasyid, M. S. (t.t.). *MODEL PERWAKILAN POLITIK DI INDONESIA (Studi Perbandingan dengan Sistem Perwakilan Politik di Negara-Negara Lain) CV. Sentra Publikasi Indonesia*.
- Fayakhun Andriadi. (2017). *Partisipasi politik virtual: demokrasi netizen di Indonesia*. RMBooks.
- Febriantanto, P. (2019). Analisis Faktor Determinan Peningkatan Partisipasi Politik Penyandang Disabilitas pada Pilkada Kota Yogyakarta 2017. *Jurnal PolGov*, 1, 157. <https://doi.org/10.22146/polgov.v1i1.48859>
- Hamid, N. A., Ishak, M. S., Abdulrauf, A. A., Binti, N., Hamid, A., & Sobhi Bin Ishak, M. (2015). *Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement*. 44. www.iiste.org
- Huntington, S. P. S. S. N. J. M. (1990). *Partisipasi politik di negara berkembang / Samuel P. Huntington, Joan M. Nelson ; alih bahasa, Sahat Simamora*.
- Kay Lehman Schlozman. (1999). *civil participation and the equality problem*.
- Lalolo, L., Perangin-Angin, K., & Zainal, D. M. (1514). *The Prominence Tower, Alam Sutera* (Nomor 15).
- Memahami-Ilmu-Politik-Ramlan-Surbakti*. (t.t.).
- Moh. Kasiram. (2008). *Metodologi penelitian*. UIN MALIKI PRESS.

- Reichert, F. (2010). Political Competences and Political Participation: On the Role of “Objective” Political Knowledge, Political Reasoning, and Subjective Political Competence in Early Adulthood 1. *Journal of Social Science Education* © JSSE, 9(4), 63–81.
<https://doi.org/10.4119/jsse-542>
- Rulli Nasrullah. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Siti Utami, I. (2018). PENGARUH PERSEPSI PESERTA DIDIK MENGENAI MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP TOLERANSI. Dalam *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan* (Vol. 5, Nomor 1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PKn>
- Strube, M. J. (2005). What Did Triplett Really Find? A Contemporary Analysis of the First Experiment in Social Psychology. *The American Journal of Psychology*, 118(2), 271–286.
<https://doi.org/10.2307/30039059>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. ALFABETA.
- Suharsimi Arikunto. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka cipta.
- Umami, M., & Mega Rosdiana, A. (t.t.). *Intensitas Bermedia Sosial dan Self Awareness pada Remaja*. <https://doi.org/10.35891/jip.v8i2>

LAMPIRAN

Surat izin Badan Pengawas Pemilu Kota Malang



Berkenaan dengan surat saudara nomor : 2998/Fpsi.1/PP.009.12/2022 tanggal 27 Desember 2022 perihal : Permohonan Ijin Penelitian, dari mahasiswa yang bernama :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1	Firman Nur Wahyudi	19410233	Psikologi

Pada prinsipnya kami mengijinkan mahasiswa tersebut melakukan tugas program penelitian di Kantor Sekretariat Bawaslu Kota Malang pada tanggal 03 Januari s/d 01 Februari 2023 dengan memperhatikan penerapan protokol kesehatan dan ketentuan lebih lanjut mengenai sistem kerja di kantor sesuai arahan pemerintah.

Demikian surat persetujuan ini dibuat, atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ketua

Alim Mustofa, S.IP, M.AP



KUESIONER PENELITIAN POLITIK

Oleh:

1. Faizulhaq Al Arif
2. Rajif Al Fatakh
3. M. Ery Setyawan
4. Faqih Mua'lla Ahmad
5. Firman Nur Wahyudi

1,2,3,4,5 : Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

**BADAN PENGAWAS PEMILU KOTA MALANG &
FAKULTAS PSIKOLOGI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2023

Salam Sejahtera,

Kami mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjalani Magang Merdeka Kelas Kolaboratif Psikologi Politik di Bawaslu Kota Malang sedang melakukan penelitian payung skripsi dengan nama yaitu sebagai **Kuesioner Penelitian Politik** yang terdiri dari lima (5) judul skripsi yaitu:

1. **“Pengaruh Politik Uang terhadap Partisipasi Politik dan Keputusan Memilih Masyarakat di Kota Malang”;**
2. **“Pengaruh Kepercayaan Partai Politik terhadap Keputusan Memilih pada Masyarakat di Kota Malang”;**
3. **“Pengaruh Politik Uang terhadap Kepercayaan Masyarakat kepada Partai Politik di Kota Malang”;**
4. **“Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik pada Pemilihan Umum”;** dan
5. **“Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Memilih yang dimoderasi Oleh Kepercayaan Masyarakat Kota Malang”.**

Penelitian ini akan berjalan sekitar 10-15 menit dengan meminta Bapak/Ibu/Saudara selaku partisipan untuk mengisi identitas dan kuesioner yang semuanya telah disediakan. Dengan penjelasan sebagai berikut:

1.	Partisipasi Politik	ikut dan aktif dalam kehidupan politik, menggunakan hak pilih, dan memberikan dampak pada kebijakan publik.
2.	Politik Uang	menjanjikan, memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta kampanye pemilu.
3.	Media Sosial	Perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi pada penggunaan media sosial.
4.	Keputusan Memilih	pembuatan keputusan berdasarkan pada faktor internal dan eksternal pada kesehariannya.
5.	Kepercayaan terhadap Partai Politik	merupakan keyakinan individu sebagai warga negara pada institusi politik yang berada di Indonesia.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini, baik berupa data identitas maupun data hasil kuesioner hanya akan dipergunakan untuk kebutuhan penelitian semata. Seluruh keterlibatan Bapak/Ibu/Saudara tidak akan berpengaruh terhadap hak dan kewajiban Bapak/Ibu/Saudara dalam hal politik baik secara memilih maupun dipilih, kenetralitasan aparatur sipil negara, keanggotaan dalam partai politik maupun dalam instansi, dan sebagainya. Kerahasiaan dan keterjagaan data dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

Oleh karena itu, sebelumnya saya ucapkan **TERIMA KASIH** atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara sekalian.

Malang, Januari 2023
Tim Peneliti

Rajif Al Fatakh
M. Ery Setyawan
Faizulhaq Al Arif
Firman Nur Wahyudi
Faqih Mua'lla Ahmad

DAFTAR ISI

Pendahuluan	i
Daftar Isi	ii
Informed Consent	1
Identitas Diri	2
Skala Kuesioner Politik	3
Skala Partisipasi Politik	4
Skala Politik Uang	5
Skala Media Sosial	6
Skala Keputusan Memilih	7
Skala Kepercayaan terhadap Partai Politik	8
Penutup	9

INFORMED CONSENT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini bersedia dengan sukarela menjadi partisipan dalam Kuesioner Penelitian Politik ini. Kesediaan saya menjadi partisipan ini dengan ketentuan yaitu:

1. Hasil penelitian akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian semata.
2. Saya diperbolehkan mengundurkan diri atau mencabut partisipasi saya jika saya anggap penelitian ini merugikan saya di kemudian hari.

Malang, 2023
Partisipan

(.....)

IDENTITAS DIRI

Nama/Inisial :

Usia :

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Pendidikan

SD

SMP

SMA

Sarjana (S1/S2/S3)

Agama

Islam

Kristen

Katolik

Konghucu

Hindu

Budha

Lainnya

Domisili (Kecamatan)

Lawokwaru

Kedungkandang

Klojen

Sukun

Blimbing

Saya merasa bagian dari suku

Jawa

Madura

Batak

Sasak

Sunda

Lainnya

Pekerjaan

Pelajar

Dosen

Buruh

Wirausaha

PNS

Lainnya

Dalam kepartaian saya adalah

Anggota

Pengurus

Tim sukses

Bukan anggota

Saya berafiliasi/Mendukung salah satu partai, yaitu

Tidak ada

.....

Pada Pemilu 2019, saya ikut serta dalam menggunakan hak pilih saya

Ya

Tidak

KUESIONER PENELITIAN POLITIK

Sebelum melakukan pengisian kuesioner dibawah ini, perlu diperhatikan oleh Bapak/Ibu/Saudara:

1. Terdapat 73 pernyataan yang harus Bapak/Ibu/Saudara jawab dengan memberikan checklist (√) pada salah satu jawaban yang tersedia.
2. Diharapkan Bapak/Ibu/Saudara lebih teliti dalam memberikan jawaban dikarenakan arti dari pilihan yang ada pada setiap skala akan berbeda-beda yang akan diberikan penjelasan dalam bentuk tertulis sebelum Bapak/Ibu/Saudara memberikan jawaban pada setiap skala.
3. Bapak/Ibu/Saudara diharapkan untuk menjawab sesuai dengan kondisi yang dialami dengan sebenarnya, dikarenakan dalam penelitian ini tidak ada jawaban yang benar maupun salah.

Skala Partisipasi Politik

Terdapat 4 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Sangat Sering (SS) = Anda sangat sering melakukan (frekuensi lebih dari 3 kali)

Sering (S) = Anda sering melakukan (frekuensi 2-3 kali)

Jarang (J) = Anda jarang melakukan (frekuensi 1-2 kali)

Tidak Pernah (TP) = Anda sama sekali tidak pernah melakukan

1. **Saya mencoblos dalam pemilihan yang ada baik di tingkat pusat.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
2. **Saya mencoblos dalam pemilihan di tingkat regional (Kepala Daerah dan DPRD)**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
3. **Saya menjadi tim sukses dalam pemilihan kepala daerah/presiden**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
4. **Saya memperkenalkan visi dan misi partai politik kepada masyarakat**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
5. **Saya mendengar visi misi calon kandidat pada saat kampanye**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
6. **Saya melakukan tanya jawab terkait visi dan misi calon kandidat pada saat kampanye**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
7. **Saya mempromosikan calon kandidat yang akan saya pilih kepada teman atau saudara**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
8. **Saya mengajak teman atau saudara untuk memilih calon kandidat yang saya pilih**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
9. **Saya dan teman berdiskusi masalah-masalah kebijakan pemerintah yang tidak adil**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
10. **Saya melaporkan dan mendiskusikan kebijakan pemerintah yang tidak memihak rakyat kepada LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat)**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
11. **Saya berdiskusi bersama anggota DPR terkait permasalahan yang terjadi pada masyarakat**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
12. **Saya menghubungi orang terdekat saya yang duduk di pemerintahan (legislatif/eksekutif) untuk membicarakan kebijakan pemerintah yang tidak memihak kepada rakyat**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
13. **Saya berorasi di jalan untuk mengkritik kebijakan pemerintah yang tidak adil**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
14. **Saya mengikuti demo untuk mengkritik kebijakan pemerintah yang tidak adil**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
15. **Saya menulis kritikan terhadap pemerintah di koran atau media cetak lainnya**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
16. **Saya menulis kritikan terhadap pemerintah di media sosial (media digital)**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah

Skala Politik Uang

1) Pemahaman

Arti dari pilihan jawaban yang tersedia ialah:

- Sangat Boleh (SB) : Anda benar-benar memperbolehkan
Boleh (B) : Anda memperbolehkan
Tidak Boleh (TB) : Anda tidak memperbolehkan
Sangat Tidak Boleh (STB) : Anda benar-benar tidak memperbolehkan

Menurut Bapak/Ibu, apakah diperbolehkan calon legislatif/eksekutif/tim suksesnya untuk melakukan hal-hal dibawah ini pada saat sebelum pemilihan dilakukan?

1. **Calon kandidat atau tim suksesnya menjanjikan pekerjaan kepada calon pemilihnya.**
 Sangat Boleh Boleh Tidak Boleh Sangat Tidak Boleh
2. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan bahan material (alat dapur, pakaian, bahan makanan, dll) kepada calon pemilihnya**
 Sangat Boleh Boleh Tidak Boleh Sangat Tidak Boleh
3. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan uang kepada calon pemilihnya.**
 Sangat Boleh Boleh Tidak Boleh Sangat Tidak Boleh

2) Pengalaman

Arti dari pilihan jawaban yang tersedia ialah:

- Tidak Pernah (TP) : Anda belum pernah melakukan
Pernah (P) : Anda pernah melakukan
Sering (S) : Anda beberapa kali melakukan
Sangat Sering (SS) : Anda setiap saat melakukan

Apakah pada Pemilu 2019 atau Pilwakot 2018, Bapak/Ibu pernah mengalami hal seperti dibawah ini?

4. **Calon kandidat atau tim suksesnya menjanjikan pekerjaan kepada calon pemilihnya**
 Tidak Pernah Pernah Sering Sangat Sering
5. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan bahan material (alat dapur, pakaian, bahan makanan, dll) kepada calon pemilihnya**
 Tidak Pernah Pernah Sering Sangat Sering
6. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan uang kepada calon pemilihnya**
 Tidak Pernah Pernah Sering Sangat Sering

3) Pertukaran

Arti dari pilihan jawaban yang tersedia ialah:

- Memilih (M) : Anda benar-benar memperbolehkan
Ragu-Ragu (RR) : Anda memperbolehkan
Tidak Memilih (TM) : Anda tidak memperbolehkan

Apakah Bapak/Ibu akan memilih calon legislatif/eksekutif bila dihadapkan dengan hal-hal dibawah ini?

7. **Calon kandidat atau tim suksesnya menjanjikan pekerjaan kepada calon pemilihnya**
 Memilih Ragu-Ragu Tidak Memilih
8. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan bahan material (alat dapur, pakaian, bahan makanan, dll) kepada calon pemilihnya**
 Memilih Ragu-Ragu Tidak Memilih
9. **Calon kandidat atau tim suksesnya memberikan uang kepada calon pemilihnya**
 Memilih Ragu-Ragu Tidak Memilih

Skala Keputusan Memilih

Terdapat 2 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Memilih (M) : Anda memilih calon tersebut.

Tidak Memilih (TM) : Anda tidak akan memilih calon tersebut.

Apakah ketika Calon Kandidat baik Legislatif dan Eksekutif melakukan hal dibawah ini, Bapak/Ibu akan memilihnya?

1. **Bapak/Ibu pernah memilih calon yang melakukan politik uang**
 Memilih Tidak Memilih
2. **Terdapat calon yang pernah Bapak/Ibu dukung, dan melakukan korupsi. Apakah akan dipilih kembali oleh Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
3. **Seorang calon B di Kota Malang melakukan kampanye secara jujur dan bersih**
 Memilih Tidak Memilih
4. **Calon B tidak melakukan politik uang tetapi berasal parpol yang Bapak/Ibu tidak suka**
 Memilih Tidak Memilih
5. **Apabila ada calon yang pernah mempunyai kesalahan kepada Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
6. **Calon A melakukan perbuatan baik (membantu) kepada Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
7. **Bapak/Ibu memilih calon Eksekutif/ Legislatif berdasarkan kebaikan calon tersebut kepada Bapak/Ibu/Keluarga**
 Memilih Tidak Memilih
8. **Calon B berasal dari satu organisasi keagamaan yang sama**
 Memilih Tidak Memilih
9. **Calon B berasal dari salah satu saudara Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
10. **Calon Z berasal dari RT/RW yang sama dengan Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
11. **Teman mempromosikan calon A, tetapi calon A tidak sesuai dengan yang Bapak/Ibu inginkan**
 Memilih Tidak Memilih
12. **Saudara mempromosikan calon B, dan calon B sesuai dengan harapan dari Bapak/Ibu**
 Memilih Tidak Memilih
13. **Calon B pernah melakukan skandal (perselingkuhan), tetapi memiliki kinerja dalam pemerintahan yang baik**
 Memilih Tidak Memilih
14. **Calon C pernah melakukan skandal (perselingkuhan), dan memiliki kinerja dalam pemerintahan yang buruk.**
 Memilih Tidak Memilih
15. **Calon A dipilih karena kinerjanya dalam pemerintahan bukan pada identitas dan tingkah laku sosialnya**
 Memilih Tidak Memilih
16. **Calon B dipilih karena identitas dan tingkah laku sosialnya bukan pada kinerjanya dalam pemerintahan**
 Memilih Tidak Memilih

Skala Media Sosial (Instagram)

Terdapat 4 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Sangat Sering (SS) = Anda sangat sering melakukan (frekuensi lebih dari 3 kali)

Sering (S) = Anda sering melakukan (frekuensi 2-3 kali)

Jarang (J) = Anda jarang melakukan (frekuensi 1-2 kali)

Tidak Pernah (TP) = Anda tidak pernah melakukan

1. **Saya memberikan *like* pada konten-konten politik di Instagram.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
2. **Saya membagikan informasi politik di instagram agar diketahui semua orang.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
3. **Saya menggunakan media instagram lebih lama dari biasanya ketika menemukan isu yang membahas tentang politik di indonesia yang seru.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
4. **Saya mencari berita politik di instagram.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
5. **Saya sering salah faham ketika berkomunikasi dan berdiskusi tentang politik melalui instagram.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
6. **Saya merasa bosan ketika menemukan isu politik yang ada di sosial media Instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
7. **Saya sering mendapat wawasan baru tentang politik dari Instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
8. **Saya selalu terpicu untuk berkomentar pada konten politik di Instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
9. **Untuk menghilangkan kebosanan saya membaca komentar konten politik yang sedang ramai melalui Instagram.**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
10. **Saya sering berdiskusi dan belajar politik bersama teman melalui Instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
11. **Saya tertarik isu-isu politik pada konten-konten di instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
12. **Komentar konten politik yang sedang ramai di instagram sering membuat saya salah faham**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
13. **Menurut saya konten politik yang ada di instagram banyak bohongnya**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
14. **Saya merasa komentar di konten politik pada instagram cenderung melenceng dari konteks**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah
15. **Saya sering merasa ragu-ragu dengan semua konten politik yang ada di Instagram**
 Sangat Sering Sering Jarang Tidak Pernah

Skala Kepercayaan terhadap Partai Politik

Terdapat 5 pilihan jawaban yang memiliki arti yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= Anda benar-benar tidak setuju
Tidak Setuju (TS)	= Anda tidak setuju
Netral (N)	= Anda tidak berpihak
Setuju (S)	= Anda setuju
Sangat Setuju (SS)	= Anda benar-benar setuju

1. **Partai politik sangat mampu melakukan tugasnya**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
2. **Partai politik terkenal sukses dalam hal-hal yang telah dilakukannya**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
3. **Partai politik memiliki kemahiran tentang pekerjaan yang perlu dilakukannya**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
4. **Partai politik dikenal baik karena keahlian yang dimilikinya**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
5. **Partai politik memiliki kemampuan khusus yang dapat meningkatkan kualitas masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
6. **Kualitas partai politik sangat memadai**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
7. **Partai politik memiliki rasa kesetaraan (keadilan) yang kuat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
8. **Partai politik pasti akan menepati janjinya**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
9. **Partai politik berusaha keras untuk bersikap adil kepada semua golongan masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
10. **Tindakan dan janji partai politik TIDAK selaras**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
11. **Partai politik menganut nilai-nilai tertentu yang sesuai dengan norma sosial masyarakat yang ada**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
12. **Perilaku anggota partai politik tampaknya dipandu oleh kaidah-kaidah yang baik**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
13. **Partai politik sangat memperhatikan kepentingan masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
14. **Kebutuhan dan keinginan masyarakat sangat penting bagi Partai Politik**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
15. **Partai politik mustahil sengaja melakukan perbuatan yang menyakiti masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
16. **Partai politik benar-benar memperhatikan apa yang bermakna bagi masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju
17. **Partai politik sungguh-sungguh akan membantu masyarakat**
 Sangat Tidak Setuju Tidak Setuju Netral Setuju Sangat Setuju

PENUTUP

Kami dari tim peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak/ibu/saudara yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dalam menyelesaikan pengisian kuesioner ini. Harapan kami dari hasil data yang diperoleh dapat berguna bagi masyarakat serta dapat menjadikan sistem demokrasi yang ada di Indonesia menjadi lebih baik lagi. Semoga dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan masyarakat khususnya pada disiplin ilmu Psikologi Politik.

Hormat Kami,

Tim Peneliti

Hasil Uji Rentang Skala

Uji Rentang Skala Variabel Media Sosial

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden							
		SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)
1	P1	99	24.8	187	46.8	95	23.8	19	4.8
2	P2	138	34.5	158	39.5	86	21.5	18	4.5
3	P3	109	27.3	168	42	94	23.5	29	7.3
4	P4	122	30.5	162	40.5	94	23.5	22	5.5
5	P5	138	34.5	158	39.5	90	22.5	14	3.5
6	P6	111	27.8	160	40	104	26	25	6.3
7	P7	99	24.8	120	30	141	35.3	40	10
8	P8	156	39	157	39.3	72	18	15	3.8
9	P9	115	28.8	143	35.8	111	27.8	31	7.8
10	P10	137	34.3	133	33.3	101	25.3	29	7.3
11	P11	101	25.3	153	38.3	124	31	22	5.5
12	P12	120	30	153	38.3	108	27	19	4.8
13	P13	110	27.5	131	32.8	123	30.8	36	9

14	P14	103	25.8	137	34.3	126	31.5	34	8.5
15	P15	117	29.3	129	32.3	118	29.5	36	9

Uji Rentang Skala Variabel Partisipasi Politik

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden							
		SS	SS (%)	S	S (%)	J	J (%)	TP	TP (%)
1	P1	16	4	117	29.4	152	38	115	28.8
2	P2	21	5.3	106	26.5	176	44	97	24.3
3	P3	193	48.3	115	28.8	70	17.5	22	5.5
4	P4	203	50.8	126	31.5	52	13	19	4.8
5	P5	113	28.3	140	35	125	31.3	22	5.5
6	P6	184	46	124	31	74	18.5	18	4.5
7	P7	155	38.8	156	39	75	18.8	14	3.5
8	P8	152	38	142	35.5	86	21.5	20	5
9	P9	104	26	149	37.3	129	32.3	18	4.5
10	P10	187	46.8	128	32	67	16.8	18	4.5
11	P11	206	51.5	119	29.8	65	16.3	10	2.5
12	P12	196	49	139	34.8	61	15.3	4	1
13	P13	207	51.8	123	30.8	65	16.3	5	1.3
14	P14	220	55	101	25.3	67	16.8	12	3
15	P15	237	59.3	105	26.3	53	13.3	5	1.3
16	P16	193	48.3	120	30	72	18	15	3.8

Hasil Uji Validitas

Tabel Uji Validitas Variabel Media Sosial

Item Media Sosial	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.707	0.0981	Valid
item 2	0.688	0.0981	Valid
item 3	0.752	0.0981	Valid
item 4	0.702	0.0981	Valid
item 5	0.608	0.0981	Valid
item 6	0.550	0.0981	Valid
item 7	0.713	0.0981	Valid
item 8	0.658	0.0981	Valid
item 9	0.709	0.0981	Valid
item 10	0.626	0.0981	Valid
item 11	0.726	0.0981	Valid
item 12	0.697	0.0981	Valid
item 13	0.612	0.0981	Valid

item 14	0.640	0.0981	Valid
item 15	0.566	0.0981	Valid

Tabel Uji Validitas Variabel Partisipasi Politik

Item Partisipasi	r-hitung	r-tabel	Validitas (r hitung > r tabel)
item 1	0.377	0.0981	Valid
item 2	0.351	0.0981	Valid
item 3	0.638	0.0981	Valid
item 4	0.727	0.0981	Valid
item 5	0.563	0.0981	Valid
item 6	0.692	0.0981	Valid
item 7	0.634	0.0981	Valid
item 8	0.626	0.0981	Valid
item 9	0.591	0.0981	Valid
item 10	0.718	0.0981	Valid
item 11	0.709	0.0981	Valid
item 12	0.732	0.0981	Valid
item 13	0.606	0.0981	Valid
item 14	0.623	0.0981	Valid
item 15	0.705	0.0981	Valid
item 16	0.616	0.0981	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Pada Variabel Media Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	15

Uji Reliabilitas Pada Variabel Partisipasi Politik

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	17

Hasil Uji Korelasi dan Regresi

Tabel Hasil Model Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.764	1.895		16.233	.000
Media Sosial	.417	.043	.440	9.780	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi

Hasil Uji R-Square

Tabel Hasil R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.440 ^a	.194	.192	7.568

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Kategorisasi Data

Tabel Frekuensi Usia Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 18-30	205	51.3	51.3	51.3
	Usia 31-50	146	36.5	36.5	87.8
	Usia 51-82	49	12.3	12.3	100.0
Total		400	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	237	59.3	59.3	59.3
	Perempuan	163	40.8	40.8	100.0
Total		400	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Agama Responden

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	365	91.3	91.3	91.3
	Kristen	19	4.8	4.8	96.0
	Katolik	14	3.5	3.5	99.5
	Hindu	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	4.8	4.8	4.8
	Wirausaha	73	18.3	18.3	23.0
	Buruh	48	12.0	12.0	35.0
	Pelajar	73	18.3	18.3	53.3
	Dosen	5	1.3	1.3	54.5
	Lainnya	182	45.5	45.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Sarjana	177	44.3	44.3	44.3
	SMA	171	42.8	42.8	87.0
	SMP	33	8.3	8.3	95.3
	SD	19	4.8	4.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Dalam Kepartaian Responden

Dalam Kepartaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bukan Anggota	379	94.8	94.8	94.8
Anggota	6	1.5	1.5	96.3
Tim Sukses	9	2.3	2.3	98.5
Pengurus	6	1.5	1.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Dokumentasi Penelitian