

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

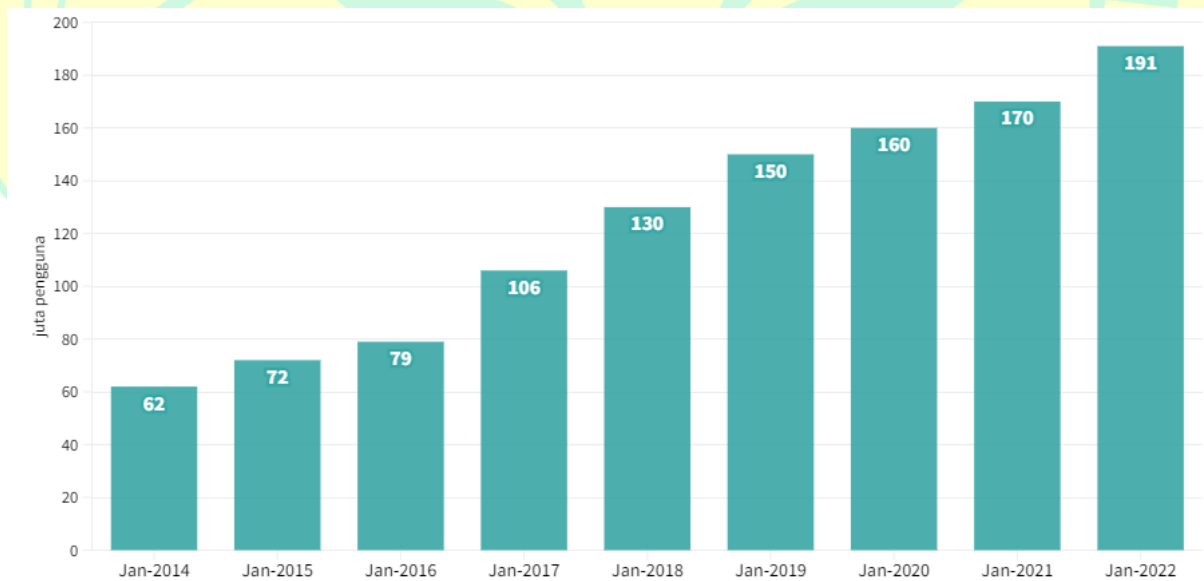
Suatu masyarakat tentu memiliki nilai dan normanya sendiri dalam hal berperilaku. Setiap masyarakat tentu memiliki nilai dan norma yang berbeda. Masyarakat harus memahami nilai dan norma agar bisa berperilaku ataupun bertindak sesuai dengan nilai dan norma di masyarakat. Agar nilai dan norma ini dipahami oleh masyarakat, perlu adanya penyebaran informasi mengenai nilai dan norma. Selain penyebaran informasi, perlu adanya penanaman nilai dan norma di masyarakat. Penyebaran informasi dan penanaman nilai dan norma inilah yang disebut sosialisasi. Bentuk sosialisasi dibagi dua yaitu sosialisasi primer dan sekunder. Kesuksesan suatu sosialisasi tidak terlepas dari peran agen sosialisasinya. Ada lima agen sosialisasi yaitu, keluarga, teman, media massa, sekolah dan lingkungan sekitar.

Saat ini seiring dengan perkembangan teknologi, akses komunikasi dan sosialisasi pun turut berkembang. Media sosial merupakan salah satu media penyebaran informasi yang merupakan salah satu dari dampak globalisasi. Kini, media sosial pun termasuk dalam agen sosialisasi di masyarakat. Media sosial merupakan salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan kita saat ini, termasuk dalam hal mencari informasi. Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas di semua bidang. Dalam hal ini, membahas penyebaran informasi di beberapa bidang seperti

bidang bisnis, bidang pariwisata, bidang pendidikan, bidang keagamaan, kesehatan dan politik¹.

Media sosial merupakan salah satu perkembangan dari internet. Media sosial pun tergolong dalam jenis media baru atau *new media*. Media sosial sebagai media baru menawarkan digitilisasi, konvergensi, interaksi dan pembuatan jaringan kerja dalam pembuatan pesan. Kemampuannya menawarkan hubungan interaktif, memungkinkan pengguna media baru memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya².

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



(Sumber: Data Indonesia, 2022)

¹ Yuni Fitriani, 2017, Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat, *Jurnal Paradigma*, 19(2), Hlm. 148

² Eko Harry Susanto, 2017, Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik, *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), Hlm. 390.

Berdasarkan laporan yang dikemukakan oleh *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta pengguna pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 12,35% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta pengguna³. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan internet khususnya media sosial di Indonesia cukup masif dan diprediksi akan terus pada beberapa tahun ke depan.

Dari beberapa media sosial yang digunakan, Whatsapp dan Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2022.

Tabel 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia Tahun 2022

Media Sosial	Persentase
Whatsapp	88.7%
Instagram	84.8%
Facebook	81.3%
Tiktok	63.1%
Telegram	62.8%
Twitter	58.3%
Facebook Messenger	48.6%
Line	39.7%
Pinterest	36.7%

(Sumber: Hootsuite (We are social) Indonesian Digital Report 2022)

Instagram menjadi salah satu aplikasi dengan jaringan pengguna terbesar di Indonesia. Instagram dipilih karena fitur-fiturnya yang memudahkan masyarakat untuk menyerap informasi. Fitur gambar dalam Instagram dapat

³Data Indonesia, 2022, Pengguna Media Sosial di Indonesia capai 191 Juta pada 2022, diakses pada tanggal 5 Januari 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

dimanfaatkan untuk memvisualisasikan informasi untuk memudahkan pengguna memahami informasi apa yang diberikan. Fitur ini lah yang membuat masyarakat menggunakan Instagram yang interaktif akan visualisasinya.

Di Instagram sendiri ada beberapa media sosial yang dibuat khusus untuk mensosialisasikan sosial politik. Akun Instagram tersebut antara lain adalah Pinter Politik, Asumsico, dan WikiDPR. Pinter Politik merupakan salah satu akun sosialisasi sosial politik yang memuat konten sosial politik menggunakan infografis. Pinter Politik pun kerap kali menyajikan berita-berita aktual yang kemudian dikemas menjadi satu postingan infografis. Kini Pinter Politik pun sudah memiliki sekitar 445 ribu *followers* di Instagram. Selain Pinter Politik, adapula akun Asumsico. Sama halnya dengan Pinter Politik, Asumsico pun sama-sama membahas mengenai sosial politik. Walaupun begitu Asumsico pun seringkali membahas tema-tema budaya pop yang diminati oleh kalangan muda milenial. Kini Asumsico memiliki 332 *followers* di Instagram.⁴

Berbeda dengan dua akun sebelumnya, WikiDPR menyajikan berita seputar kegiatan-kegiatan anggota legislatif, baik itu mengenai riwayat anggota maupun berita-berita terkait rapat-rapat paripurna. Tujuan dari adanya akun tersebut adalah mensosialisasikan kegiatan sosial politik yang dilakukan oleh para anggota legislatif. WikiDPR telah memiliki sekitar 3.134 *followers* di Instagram.⁵

⁴ Izza Namira, 2019, 5 Akun Instagram Bertema Politik Terbaik, Dikemas dengan Asyik Banget, <https://www.idntimes.com/tech/trend/amp/izza-namira-1/akun-Instagram-bertema-politik-terbaik-untuk-anak-muda?page=all#page-2> diakses pada tanggal 28 Mei 2023

⁵ *Ibid*

Selain akun-akun politik tersebut, adapula akun yang mensosialisasikan sosial politik yaitu Pusat Penerangan Politik atau yang biasa disingkat sebagai Puspenpol. Puspenpol merupakan media non pemerintah yang bergerak dalam pendidikan politik melalui infografis dan *motion graphic*. Puspenpol sendiri terbentuk pada tahun 2020 di masa-masa awal pandemi Covid-19. Penyampaian informasi sosial politik yang dibawakan dengan ringan dan dikaitkan dengan topik hangat terkini membuat Puspenpol mulai digemari oleh masyarakat. Terbukti pada awal-awal kemunculannya di Instagram, postingan yang diunggah Puspenpol berhasil menembus lebih dari 4.000 *likes* dan puluhan komentar. Dibandingkan dengan akun sosialisasi politik lainnya, Puspenpol berfokus pada visualisasi. Puspenpol pun kerap kali menyertakan penjelasan teori dan meme menarik agar pembaca dapat memahami substansi yang disosialisasikan. Selain itu, Puspenpol kerap kali membahas *game* atau film bertema politik yang dekat dengan kalangan muda. Kini Puspenpol berhasil meraih lebih dari 40.000 *followers* berkat konten sosial politik yang disosialisasikannya.

Dari penjelasan tersebut, peneliti melihat bahwa akun Instagram Puspenpol memiliki daya tarik tersendiri sebagai akun media sosial yang mensosialisasikan dan memberikan edukasi mengenai sosial politik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian yaitu “Sosialisasi Politik Melalui Media Sosial (Studi Kasus Akun Instagram Puspenpol)”

1.2. Permasalahan Penelitian

Dalam kehidupan bernegara, tentunya segala aspek kehidupan tidak akan terlepas dari adanya sosial politik sehingga pentingnya sosialisasi akan politik atau informasi mengenai politik bagi masyarakat. Pada era digital ini, media sosial memiliki peran penting sebagai agen sosialisasi khususnya pada ranah politik. Media massa seperti televisi, koran, radio kini lambat laun sudah ditinggalkan oleh masyarakat. Pembahasan yang berat dan cukup berbelit membuat masyarakat sulit untuk menerima informasi politik. Dari berbagai media sosial yang digunakan sebagai sosialisasi politik, Instagram menjadi media sosial yang diminati oleh masyarakat. Kemudahan akses dan penggunaan gambar sebagai pendukung informasi mampu mengemas informasi politik menjadi jauh lebih menarik dan mudah dipahami.

Pusat Penerangan Politik atau Puspenpol merupakan akun Instagram yang membahas mengenai politik namun dikemas dengan gaya bahasa masa kini ditambah visual gambar yang menarik. Berdiri sejak akhir tahun 2020, Puspenpol sudah memiliki pengikut aktif sebanyak lebih dari 40.000 *followers*. Peneliti akan menggunakan konsep sosialisasi politik untuk mengetahui sejauh mana akun Puspenpol dapat berpengaruh akan pemahaman sosial politik masyarakat. Sosialisasi politik diartikan oleh Marshall dalam Owen sebagai penyampaian pola melalui tindakan, hukum dan norma, serta budaya politik melalui sejumlah agen sosialisasi seperti keluarga, institusi pendidikan, teman sebaya (*peer*), media massa, institusi politik, kelompok organisasi, kelompok agama, dan militer⁶. Definisi tersebut menjelaskan bahwa peran masyarakat

⁶ Yovita Octafitria, 2016, Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda, *Indonesia Journal of Sociology and Education Policy*, 1(1), Hlm. 18

dalam sosialisasi politik dapat memberikan pengaruh terhadap pengetahuan politik individu. Sehingga informasi mengenai pola pikir, tindakan, hukum, dan norma politik terhadap seorang individu sangat dipengaruhi oleh individu lain.

Untuk mengkaji lebih lanjut, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang melatarbelakangi akun Instagram Puspenpol mensosialisasikan sosial politik bagi masyarakat khususnya kalangan muda?
2. Bagaimana model sosialisasi politik yang dilakukan Puspenpol melalui akun Instagram Puspenpol?
3. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat Puspenpol melakukan usaha sosialisasi politik?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan latar belakang akun Instagram Puspenpol mensosialisasikan sosial politik bagi masyarakat khususnya kalangan muda
2. Untuk mendeskripsikan model sosialisasi politik yang dilakukan Puspenpol melalui akun Instagram Puspenpol
3. Untuk mendeskripsikan faktor yang mendukung dan menghambat Puspenpol melakukan usaha sosialisasi politik.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pustaka untuk perkembangan ilmu sosiologi khususnya mengenai sosialisasi politik melalui media sosial dilihat dari kacamata sosiologis. Selain itu, diharapkan juga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti lainnya yang mengambil topik serupa.

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan saran dan masukan pada lembaga-lembaga berwenang dalam proses memberikan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu diharapkan lembaga-lembaga berwenang menggunakan agen sosialisasi yang tepat untuk masyarakat agar nilai dan norma yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat.

1.5. Tinjauan Penelitian Sejenis

Penelitian ini menggunakan beberapa tinjauan penelitian sejenis berupa jurnal yang dapat membantu peneliti dalam proses penelitian. Tinjauan penelitian sejenis ini menggunakan lima jurnal nasional, tiga tesis, tujuh belas jurnal internasional dan 5 buku. Berikut merupakan studi literatur tinjauan penelitian sejenis yang akan memaparkan hasil studinya pada masing-masing. Studi-studi mengenai Peran Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik berkisar tentang sosialisasi dengan aspek-aspek: *new media*, media sosial, Instagram, komunikasi politik, dan partisipasi politik.

Pertama, terkait dengan aspek *new media*. Studi literatur yang dikemukakan oleh Eko Harry Susanto mengungkapkan bahwa *new media* atau media baru adalah media yang berkembang seiring dengan berkembangnya

teknologi. Menurut Flew dalam literatur Eko Harry menjelaskan bahwa *new media* mampu menawarkan fitur yang tidak ada pada media lainnya. Kemampuannya menawarkan hubungan interaktif, memungkinkan pengguna media baru memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya⁷. Media sosial yang kita ketahui saat ini adalah produk dari media baru atau *new media*. Hal ini pun dipertegas dengan literatur Barrie Axford dan Richard Huggins. Pada awal-awal munculnya media massa, koran memiliki peranan penting. Tetapi seiring dengan perkembangan waktu, adanya '*new media*' seperti televisi dan internet mengubah sumber informasi masyarakat karena televisi dan internet memiliki beberapa hal yang tidak dipunyai oleh koran. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan baru teknologi komunikasi khususnya telekomunikasi berubah seperti komunikasi teks, suara atau gambar jarak jauh. Bisa disebut ini merupakan bentuk dari digitalisasi. Adapula literatur yang dikemukakan oleh Graeme Burton. Media baru atau *new media* merupakan produk dari perkembangan. Lebih lanjut lagi Burton mengemukakan bahwa gagasan tentang determinisme teknologi mewakili argumen bahwa teknologi itu sendiri membentuk masyarakat dan dapat menjadi penyebab perubahan sosial. Teknologi adalah perwujudan dari kepentingan dan kemungkinan tertentu, tetapi di sisi lain ia adalah pembawa efek: ia mengubah apa yang dapat kita bayangkan dan apa yang kita inginkan⁸.

⁷ Eko Harry Susanto, 2017, Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik, *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), Hlm 390

⁸ Graeme Burton, 2005, *Media and Society Critical Perspective*, Berkshire: Open University Press, Hlm. 201

Kedua, yaitu berkaitan dengan konteks media sosial. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa media sosial merupakan salah satu produk dari adanya *new media*. Media sosial memiliki daya tarik tersendiri khususnya dalam hal komunikasi yang lebih interaktif. Studi literatur yang dikemukakan oleh Atika Aisyarahmi, Munzir, Asnawi dan Aidinil Zetra ini menjelaskan bahwa media sosial memiliki peranan sebagai sarana partisipasi di masyarakat. Ada tiga bentuk partisipasi yang bisa dilakukan oleh teknologi digital yaitu adanya partisipasi politik, partisipasi kebijakan dan partisipasi sosial⁹. Misalnya saja dalam partisipasi politik, kita seringkali melihat berbagai partai politik berkampanye melalui media sosial seperti Twitter, Facebook ataupun Instagram. Hal ini membuat semua warga bisa ikut berpartisipasi dalam kampanye tanpa harus turun ke jalan. Sedangkan menurut literatur Dhiraj menemukan bahwa media sosial turut berperan dalam gerakan sosial dan aktivisme masyarakat baik itu secara *online* maupun *offline*¹⁰. Selain itu, penelitian dalam literatur Andrea C. Villanti menjelaskan bahwa pada saat ini, hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial. Pada tahun 2014, 89,42% orang dewasa muda melaporkan penggunaan rutin setidaknya satu situs media sosial. Ini meningkat menjadi 97,5% dewasa muda pada tahun 2016. Di antara pengguna reguler situs media sosial pada tahun 2016, lima situs teratas adalah Tumblr (85,5%), Vine (84,7%), Snapchat (81,7%), Instagram (80,7%), dan LinkedIn (78,9%). Responden melaporkan secara teratur menggunakan

⁹ Atika Aisyarahmi, Munzir, Asnawi & Aidinil Zetra, 2019, Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia, *JPPUMA : Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 7(2), Hlm 174.

¹⁰ Dhiraj Murthy, 2018, Introduction to Social Media, Activism, and Organizations, *Social Media and Society*, 1(1), Hlm 4

rata-rata 7,6 situs media sosial, dengan 85% menggunakan 6 atau lebih situs secara teratur. Secara keseluruhan, 87% orang dewasa muda melaporkan akses atau penggunaan *smartphone* dengan akses Internet, 74% komputer *desktop* atau laptop dengan akses Internet, 41% tablet dengan akses Internet, 29% smart TV atau konsol video *game* dengan akses Internet, 11% ponsel tanpa akses Internet, dan 3% tidak ada¹¹.

Ketiga, terkait dengan aspek Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut literatur Jeffrey P. Carpenter, Scott A. Morrison, Madeline Craft & Michalene Lee ini menjelaskan bahwa media sosial seperti Instagram dapat memfasilitasi penciptaan ruang afinitas bagi pendidik yang berakar pada afinitas profesional. Ruang-ruang tersebut mendorong beragam bentuk partisipasi dan berbagi macam-macam pengetahuan. Selain itu, Instagram dapat memfasilitasi koneksi di antara pengguna yang tersebar secara geografis dan menciptakan audiens baru yang lebih besar untuk konten buatan pengguna¹². Hal ini pun ditunjang oleh fitur hashtag atau tagar. Fitur tagar ini seringkali ditambahkan di konten yang diunggah oleh pendidik. Fitur tagar dapat menautkan konten kita dengan konten lainnya yang sejenis. Tujuan dari adanya fitur ini adalah meningkatkan visibilitas postingan pendidik agar dapat dilihat oleh masyarakat secara luas. Instagram pun difokuskan pada bentuk visualisasi sehingga masyarakat dalam memvisualisasikan informasi yang di dapat dari Instagram.

¹¹ Andrea C. Villanti et.al, 2017, Social Media Use and Access to Digital Technology in US Young Adults in 2016, *Journal of Medical Internet Research*, 19 (6), Hlm 3

¹² Jeffrey P. Carpenter, Scott A. Morrison, Madeline Craft & Michalene Lee, 2019, How and Why Are Educators Using Instagram?, *Elsevier*, 1(1), Hlm 5

Keempat, mengenai aspek komunikasi politik. Dalam literatur yang dikemukakan oleh Patricia Coelho, Pedro Correia dan Irene Garcia melihat bahwa media sosial menjadi media baru bagi masyarakat untuk saling berkomunikasi baik secara publik dan secara politik. Adanya media sosial dapat memaksimalkan kontribusi individu dan kolektif sehingga adanya interaksi diantara komunitas sosial. Media sosial diakui sebagai media yang mampu menjangkau dan mempengaruhi orang dengan jumlah yang besar¹³. Sejatinya komunikasi politik ialah interaksi yang diciptakan sebagai alat pemenuhan informasi seperti pemahaman akan bernegara ataupun menyuarakan suatu pandangan. Kerap kali komunikasi politik digunakan oleh aktor politik sebagai usaha *branding* dalam kampanye. Menyikapi penjelasan sebelumnya, literatur yang dikemukakan oleh Eko menjelaskan bagaimana stratifikasi politik yang melekat pada pengguna media sosial berkaitan pula dengan perbedaan dalam menyikapi informasi yang diterima namun memiliki kesamaan dalam mendukung jaringan komunikasi politik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan¹⁴. Lain halnya yang dikemukakan oleh Eko, literatur yang dijelaskan oleh Faridhian mengemukakan bahwa Kemudahan media sosial sebagai sarana politik tentunya tidak terlepas juga dari segala tantangannya. Tantangan yang kerap kali ditemui adalah hilangnya batas-batas status sosial di dunia media sosial. Menurut Coutts & Gruman, dalam komunikasi yang termediasi dengan komputer, maka para peserta komunikasi akan mendapatkan kesetaraan

¹³ Patricia Coelho, Pedro Correia, & Irene Garcia Medina, 2017, Social Media A New Way of Public and Political Communication in Digital Media, *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 11(6), Hlm 151

¹⁴ Eko Harry Susanto, 2017, Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik, *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), Hlm 395

partisipasi yang lebih luas daripada tatap muka¹⁵. Dengan adanya media sosial, maka para aktor politik pun harus menyadari meskipun dia adalah pejabat tinggi atau partai politik yang berkuasa, tetapi posisinya di media sosial akan setara dengan pengguna lain. Literatur yang ditulis oleh Stefan Stieglitz dan Linh Dang Xuan menjelaskan bahwa terdapat 5 pendekatan dalam komunikasi politik. Pendekatan yang pertama adalah pendekatan melibatkan diri. Kedua ialah pendekatan berbasis kata kunci atau topic. Ketiga adalah pendekatan berbasis aktor. Keempat adalah pendekatan acak atau eksplorasi dan yang terakhir adalah pendekatan berbasis tautan atau URL. Pendekatan melibatkan diri memiliki arti bahwa politisi atau partai politik ingin mengetahui secara eksplisit bagaimana orang membicarakan mereka di media sosial.¹⁶

Kelima, berkaitan dengan aspek partisipasi politik. Komunikasi politik yang dilakukan pada media sosial membuat adanya partisipasi politik masyarakat. Literatur yang ditulis oleh Brian D Loader, Ariadne Vromen dan Michael A Xenos mengemukakan temuan adanya hubungan yang kuat dan positif antara penggunaan media sosial dan keterlibatan politik di antara kaum muda dan sekaligus memberikan wawasan tentang peran yang dimainkan oleh oleh para pengguna dimana kaum muda terlibat. Gambaran dari hasil ini adalah keluhan, pendapat, dan kekecewaan yang kaum muda unggah di media sosial mampu membalikkan pola ketidaksetaraan politik yang ada. Penggunaan media sosial pun yang lekat dengan kaum muda pun menjadikan media sosial

¹⁵ Faridhian Anshari, 2013, Komunikasi Politik di Era Media Sosial, *Jurnal Komunikasi*, 8 (1), Hlm 94

¹⁶ Stefan Stieglitz & Linh Dang Xuan, 2012, Social Media and Political Communication: A Social Media Analytics Framework, *Springer*, 1(1), Hlm 3

sebagai jejaring sosial utama¹⁷. Hal sependapat pun tertulis dalam literatur yang ditulis oleh Lesley Pruitt. Bahwa kini kalangan muda berpartisipasi politik secara *online* dibandingkan dengan politik formal biasa. Ini dapat dipengaruhi oleh generasi sosial yang sekarang mulai bergerak ke generasi sosial secara digital. Generasi sosial bukan tentang usia seperti itu tetapi tentang konteks dan pemahaman sosial, politik dan ekonomi bersama yang berbeda dari generasi sebelumnya¹⁸. Penelitian yang dilakukan oleh Masahiro Yamamoto, Matthew J Kushin, dan Francis Dalisay menjelaskan bahwa kaum muda yang menerima informasi politik secara *online* lebih cenderung berpartisipasi dalam politik secara *offline*, karena mereka lebih sering mengungkapkan pendapat politik secara *online*. Secara khusus, ekspresi politik *online* ditemukan memiliki efek mobilisasi pada partisipasi politik *offline* bagi mereka yang menggunakan media sosial blog, berita sosial, forum *online* dan aplikasi di smartphone¹⁹. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dikemukakan oleh Jose Van Dijck dan Thomas Poell bahwa media sosial bergeser menjadi ruang publik diakibatkan oleh adanya pergerakan masyarakat yang dinamis. Pergerakan dan perubahan yang terjadi di masyarakat membuat media sosial berperan sebagai ruang publik. Media sosial dapat mendorong partisipasi masyarakat dari penjuruan manapun.

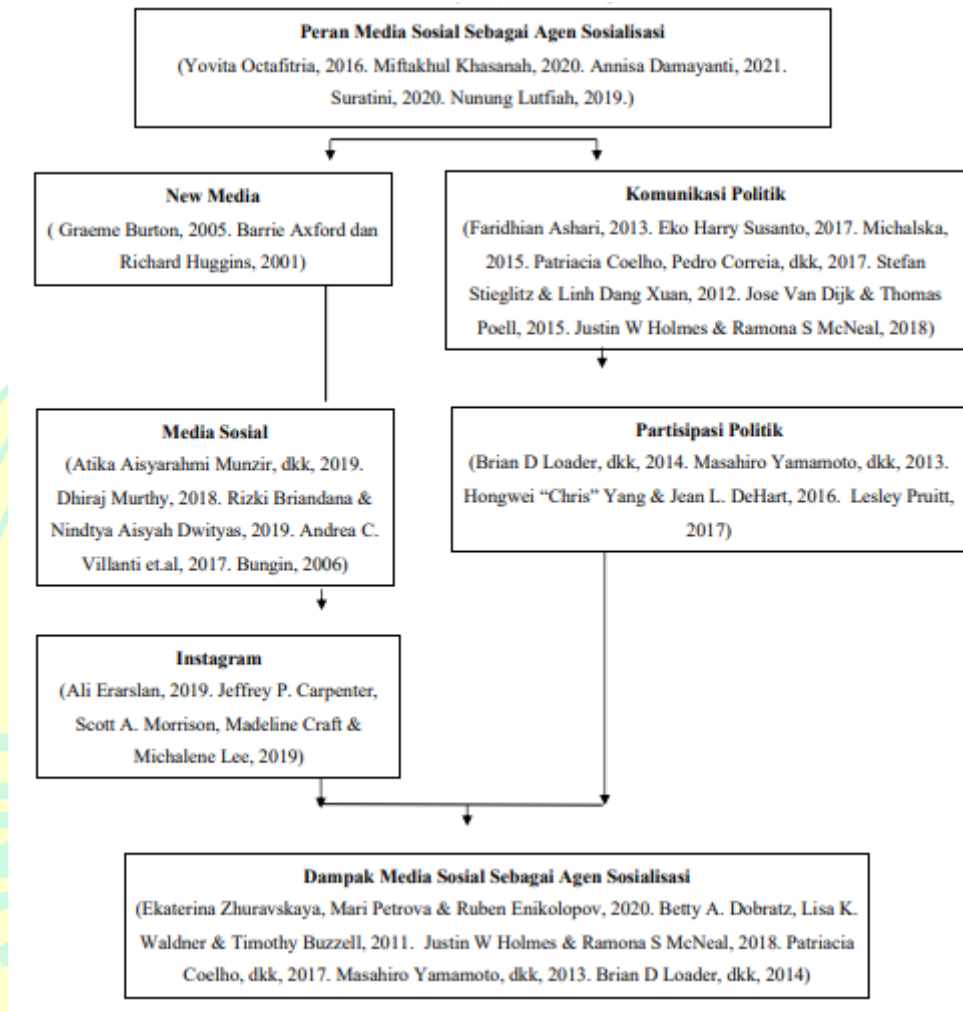
¹⁷ Brian D Loader, Ariadne Vromen & Michael A Xenos, 2014, The Networked Young Citizen: Sosial Media, Political Participation and Civic Engagement, *Routledge*. 17(2), Hlm 145.

¹⁸ Lesley Pruitt, 2017, Youth, Politics, and Participation in a Changing World, *Journal of Sociology*, 1(7), Hlm 2

¹⁹ Masahiro Yamamoto, Matthew J Kushin & Francis Dalisay, 2013, Social Media Mobiles as Political Mobilization Forces For Young Adult: Examining The Moderating Role of *Online* Political Expression in Political Expression, *New media and Society Sage*, 1(1), Hlm 5

Secara ringkas, peta penelitian yang dilakukan terkait dengan penelitian skripsi ini dapat dilihat dalam skema tinjauan penelitian sejenis yang mengelompokkan temuan literatur-literatur dengan beberapa aspek seperti bagaimana adanya *new media* yang kemudian berkembang dan menciptakan media sosial, Instagram, aspek komunikasi politik, dan partisipasi politik. Beberapa tinjauan pustaka yang peneliti ambil sebagai sumber penelitian dapat membantu penelitian peneliti mengenai Sosialisasi Politik Melalui Media Sosial (Studi Kasus Akun Instagram Puspenpol). Tiga puluh penelitian yang sudah dilakukan terdahulu kemudian mendukung peneliti dalam mendeskripsikan peran media sosial sebagai agen sosialisasi. Berdasarkan tinjauan penelitian sejenis, peneliti mendapatkan konsep-konsep yang berkaitan dengan sosialisasi. Berbekal konsep inilah peneliti dapat memperdalam landasan pemikiran dalam penyusunan penelitian, menganalisis data temuan, dan nantinya mendapatkan hasil penelitian yang sesuai.

Skema 1.1 Tinjauan Penelitian Sejenis



(Sumber: Analisis Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil studi penelitian sejenis yang sudah peneliti uraikan, peneliti akan menjelaskan posisi penelitian skripsi peneliti. Peneliti akan melakukan penelitian untuk menjelaskan mengenai peran media sosial khususnya akun Instagram Puspenpol dalam mensosialisasikan politik di masyarakat. Selain itu peneliti pun akan menjelaskan mengenai proses sosialisasi yang dilakukan oleh Puspenpol kepada masyarakat melalui akun Instagram. Tak lupa juga peneliti akan menjelaskan faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi Puspenpol untuk melakukan usaha sosialisasi politik di masyarakat melalui akun Instagram.

Peneliti akan memperdalam penelitian pada aspek sosialisasi melalui media sosial meliputi aspek media sosial dan Instagram. Beberapa penelitian terdahulu cenderung berfokus pada media sosial secara keseluruhan baik itu dari berbagai macam jenis media sosial. Sedangkan pada penelitian kali ini, peneliti akan menjelaskan sosialisasi melalui media sosial khususnya pada media sosial Instagram.

1.6. Kerangka Konseptual

1.6.1. Sosialisasi Politik

Greenstein sebagaimana dijelaskan oleh Dobratz mendefinisikan sosialisasi politik sebagai “penanaman informasi, nilai-nilai dan praktik politik yang disengaja oleh agen-agen instruksional yang telah secara formal dibebankan dengan tanggung jawab ini”. Secara umum, transmisi pengetahuan, nilai, dan ekspresi simbolik dari satu generasi ke generasi lainnya diduga memiliki arti penting bagi sistem politik suatu masyarakat.

Pola sosialisasi secara kultural menjadi dasar bagi dukungan umum terhadap struktur demokrasi dalam masyarakat. Seperti yang dicatat oleh Easton dan Dennis sebagaimana dikutip oleh Dobratz, pola-pola ini mengembangkan "dukungan menyebar" untuk sistem politik ketika individu secara kritis menganalisis dunia politik. Dukungan yang tersebar ini

memberikan kontribusi pada kekuatan yang diperlukan untuk penerimaan tatanan politik dan lembaga-lembaganya²⁰.

Sosialisasi politik juga mengandung dua hal penting, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan proses dan tujuan. Hal yang berkaitan dengan proses meliputi transmisi nilai-nilai pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan, sikap politik, dan harapan politik. Misalnya saja pengenalan struktur anggota keluarga yang disosialisasikan oleh orang tua di rumah ataupun pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan di sekolah. Sedangkan aspek tujuan menunjuk pada sesuatu yang diperlukan agar mampu berpartisipasi efektif dalam aspek politik dari kehidupan masyarakat²¹.

Wasburn dan Adkins Covert dalam bukunya "*Making of Citizens*" menjelaskan bahwa terdapat empat perspektif atau paradigma dalam menjelaskan sosialisasi politik. Keempat perspektif tersebut adalah, *The Persistence Perspective*, *The Lifetime Openness Perspective*, *The Imperssionable Years Perspective*, dan *The Life Cycle Perspective*. Saat ini, tidak ada perspektif dominan yang memandu dan mengintegrasikan teori dan penelitian sosialisasi politik. Setidaknya ada dua penjelasan alternatif untuk kegagalan salah satu paradigma untuk menjadi dominan. Pertama, situasi ini sebagian besar disebabkan oleh waktu yang sangat lama, biaya yang besar, dan banyak kesulitan teknis yang akan terlibat dalam melakukan penelitian longitudinal yang dapat secara meyakinkan menetapkan validitas

²⁰ Betty A. Dobratz, Lisa K. Waldner & Timothy Buzzell, 2012, *Power, Politic, And Society: An Intoduction to Political Sociology*, London: Routledge, Hlm 82

²¹ Damsar, 2015, *Pengantar Sosiologi Politik Edisi Revisi*, Jakarta: Penerbit Kencana, Hlm 154

salah satu paradigma²². Kedua, disebabkan oleh paradigma atau perspektif yang pernah dominan dalam proses sosialisasi politik ditolak karena sering salah dipahami dan direpresentasikan. Misalnya, Prinsip primer yang disalahartikan sebagai prinsip yang menyangkal bahwa pembelajaran politik adalah proses dinamis dimana keberlanjutan dan perubahan terjadi. Kemudian, temuan dasar yang valid dihasilkan dari panduan tersebut sering diabaikan atau nantinya dieksplorasi kembali²³. Berangkat dari hal tersebut dibentuklah sebuah model sosialisasi politik yang mengacu pada asumsi teoretis, konsep, dan hipotesis yang dipilih terkait dengan masing-masing dari empat paradigma. Beberapa komponen mendasar dari berbagai perspektif akan digunakan sebagai asas tambahan dan bukan asas yang kontradiktif. Model itu sendiri adalah kerangka kerja luas yang menawarkan pandangan tentang proses sosialisasi politik sepanjang hidup individu²⁴. Model tersebut dikenal dengan *The Life Course Model*.

The Life Course Model sendiri memiliki beberapa komponen yaitu, prinsip dalam model ini berasal dari empat perspektif, prinsip pengembangan individu, dan prinsip pengaruh konteks sejarah. *Life Course Model* pun memiliki asumsi-asumsi dasar. Pada model ini periode siklus hidup dimaksudkan untuk mencerminkan usia di mana individu cenderung berhenti sekolah, memasuki dunia kerja, berkeluarga, pensiun yang berpengaruh pada posisi struktural individu dimana adanya transisi peran penting pada periode hidup yang dialami. Pada tiap usia kronologis,

²² Philo C. Wasburn & Tawnya J. Adkins Covert, 2017, *Making Citizens Political Socialization Research and Beyond*, Cham: Springer Nature, Hlm. 10

²³ *Ibid*, Hlm 10

²⁴ *Ibid*, Hlm 10

mencerminkan tingkat kematangan psiko-sosial, identitas sosial dan paparan terhadap pesan politik yang relevan. Agen sosialisasi politik yang dispesifikasikan dalam model adalah sistem interaksi dimana individu berpartisipasi secara aktif kecuali media massa. Model inipun melihat teman sebaya tidak diidentifikasi sebagai agen sosialisasi independen. Mereka diasumsikan berada dan beroperasi dalam konteks agen sosialisasi aktif lainnya. Di semua tahap perjalanan hidup individu, ada hubungan yang kompleks di antara agen-agen sosialisasi politik. Pesan-pesan yang relevan secara politik yang disampaikan oleh satu agen dapat diperkuat, ditambah, ditafsirkan ulang, atau dibantah oleh agen-agen lainnya²⁵. Kepentingan keseluruhan relatif dari masing-masing agen sosialisasi politik dapat bervariasi dari satu periode siklus hidup yang lain²⁶. Misalnya, pentingnya orientasi keluarga individu secara keseluruhan lebih besar kemungkinannya selama masa remaja dibanding saat masa dewasanya.

Pada intinya *Life Course Model* melihat pandangan individu tentang berbagai aspek kehidupan politik dan peran mereka sendiri di dalamnya dibentuk oleh interaksi yang kompleks dari agen sosialisasi politik sepanjang hidup mereka. Agen-agen ini termasuk keluarga, teman sebaya, pendidikan, media, dan kelompok sosial lainnya, dan kepentingan relatif mereka dapat bervariasi pada berbagai tahap perjalanan hidup individu.. Secara keseluruhan, model perjalanan hidup menunjukkan bahwa sosialisasi politik merupakan proses seumur hidup yang dibentuk oleh

²⁵ *Ibid*, Hlm 16

²⁶ *Ibid*, Hlm 16

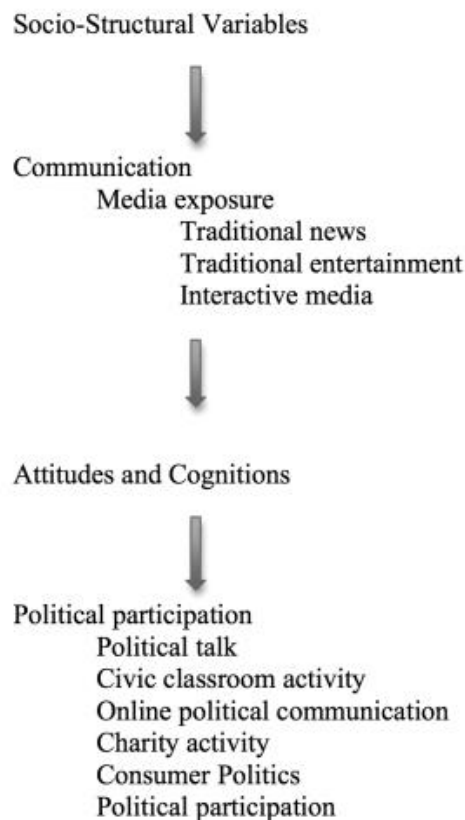
berbagai faktor dan pengalaman. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengertian sosialisasi politik sebagai proses dan tujuan. Sebagai proses, sosialisasi politik yang dilakukan Media Sosial Instagram Puspenpol mentransmisikan nilai-nilai (*attitude*) dan kognitif (*pengetahuan*) Sedangkan sebagai tujuan sosialisasi politik bertujuan untuk memberikan pengetahuan politik yang mendorong partisipasi politik masyarakat. Pendekatan *life-course* peneliti gunakan untuk menjelaskan periode kehidupan individu sebagai *followers* akun Instagram Puspenpol dalam menerima proses sosialisasi politik Puspenpol.

1.6.2. *Process Model* dalam Sosialisasi Politik

Process model merupakan model yang membantu penelitian dalam melihat partisipasi politik termasuk peran media. Model ini dikemukakan oleh Esther Thorson, Mitchell S. McKinney dan Dhavan Shah dalam bukunya yang berjudul *Political Socialization in a Media Saturared World*. Model ini mengandaikan sebuah proses yang berawal dari variabel struktural sosial individu ke variabel media (baik konten maupun salurannya) hingga pada respon masyarakat. Secara lebih jelas model ini melihat lebih dekat pada kepribadian, sikap, variabel kognitif dan mengartikulasikan partisipasi politik sebagai hierarki perilaku usaha daripada indikator tunggal “keterlibatan politik”²⁷.

²⁷ Esther Thorson, Mitchell S. McKinney & Dhavan Shah, 2016, *Political Socialization in a Media Saturared World*, New York: Peter Lang Publishing, Hlm 23

Gambar 1.2 Alur Sosialisasi Politik *Process Model*



(Sumber: Esther Thorson, Mitchell S. McKinney & Dhavan Shah, 2016, Political Socialization in a Media Saturated World)

Berdasarkan gambar tersebut, tahapan pertama dari model ini adalah variabel sosial struktural. Tahap ini menunjukkan bahwa pengembangan partisipasi politik paling baik dipahami dalam hal bagaimana komunikasi tentang politik diproses oleh orang-orang dari struktur sosial yang membedakan mereka dengan variabel demografis seperti usia, ras, pendidikan, dan jenis kelamin serta pengalaman mereka dalam struktur sosial seperti sistem sekolah dan keluarga²⁸. Partisipasi politik dan proses informasi politik individu tidak terlepas dari struktural sosial yang melekat

²⁸ *Ibid*, Hlm 24

pada diri individu. Misalnya saja komunikasi politik keluarga pada partisipasi politik remaja. Sikap politik orang tua menjadi salah satu factor kuat keberpihakan remaja pada sikap politik yang sama dengan orangtuanya. Remaja yang tumbuh dari orang tua yang memiliki pengetahuan akan politik maka semakin luas juga pengetahuan politik anak.

Variabel kedua adalah komunikasi. Komunikasi secara luas didefinisikan sebagai bagian transmisi informasi dari sumber informasi ke penerima. Saat ini masyarakat selalu terpapar akan informasi dari saluran media seperti televisi, surat kabar, konten media hiburan, dan berita online. Pada variabel ini menjelaskan bahwa paparan media yang didapat masyarakat berimbas pada partisipasi politik. Lin, Kim, Jung, & Cheong dalam buku *Political Socialization in a Media Saturated World* menunjukkan bahwa tingkat penggunaan internet remaja berhubungan positif dengan keterlibatan mereka dalam pelayanan masyarakat ketika mereka menggunakan internet untuk mendapatkan informasi²⁹. Adapula remaja yang menggunakan media untuk tujuan hiburan. Hal ini mungkin saja akan mengurangi dan membatasi partisipasi dan menurunkan pengetahuan dan minat dalam pemberitaan politik.

Variabel ketiga adalah variabel *attitude* dan *cognitive* dalam sosialisasi politik. Pada variabel ini misalnya sekolah memiliki peran dalam sosialisasi politik. Sekolah berpotensi memberikan interaksi sosial yang mewakili tingkat stimulasi dan komunikasi politik yang mungkin tidak

²⁹ *Ibid*, Hlm 26

tersedia dari orang tua di rumah³⁰. Untuk keluarga dengan pengetahuan politik yang rendah, sekolah dapat membantu mereka mengatasi masalah mengaktifkan pesan media massa dalam politik dan mengurangi kesenjangan struktur sosial di luar kelas. Misalnya saja di Indonesia adanya pembelajaran PPKN dan Pemilihan Ketua Osis yang dapat membantu siswa mengamati proses politik. Pada usia remaja, kemampuan elaborasi akan suatu informasi pun cenderung meningkat seiring mendapatkannya informasi selain dari orang tua dan sekolah. Eveland dan Dunwoody dalam Easthorn mendefinisikan elaborasi kognitif sebagai menghubungkan potongan-potongan informasi yang terpisah, apakah itu dari ingatan atau materi yang sedang diproses, menjadi keseluruhan yang lebih besar yang menyediakan kerangka kerja untuk pemahaman. Elaborasi dalam hal penggunaan media terjadi ketika informasi dari media dikumpulkan oleh individu dan dibandingkan dengan pengetahuan sebelumnya, memungkinkan individu untuk membangun kerangka kerja baru untuk memahami dunia. Elaborasi demikian positif terkait dengan pengetahuan³¹.

Variabel terakhir adalah adanya tindakan partisipasi. Berdasarkan sosialisasi politik yang telah diberikan setidaknya bentuk-bentuk partisipasi yang muncul adalah adanya obrolan politik, partisipasi kelas sipil, aktivitas politik secara daring (*online*), kegiatan amal, dan politik konsumen, dan partisipasi politik sebagai hirarki tanggapan. Pembicaraan politik sendiri merupakan aspek penting dalam demokrasi deliberatif. Obrolan politik

³⁰ *Ibid*, Hlm 27

³¹ *Ibid*, Hlm 28

terjadi sebelum remaja memutuskan untuk mengambil tindakan dalam kegiatan politik dan penting bagi remaja untuk belajar berbicara tentang politik dengan orang lain. Aktivitas politik secara daring sendiri didominasi oleh para remaja. Usia khususnya menjadi faktor penting adanya aktivitas politik secara *online*. Remaja tertarik dengan aktivitas non-voting. aktivitas politik *online* dianggap sebagai langkah yang mendahului aktivitas politik non-voting yang biasa terjadi di luar dunia Internet³². Walaupun kegiatan amal biasanya dilakukan diluar kampanye politik namun kegiatan amal berdampak pada isu-isu politik. Tidak seperti partisipasi kampanye politik tradisional, kegiatan sukarela paling sering membutuhkan perhatian pada komunitas lokal dan kebutuhannya. Hal ini menegaskan bahwa kegiatan amal pun merupakan aspek penting dalam sosialisasi politik. Politik konsumen adalah bagian dari aktivitas yang lebih luas yang digambarkan Bennett sebagai politik "gaya hidup" di mana orang berpartisipasi dalam kelompok yang lebih informal yang memiliki minat yang sama³³.

Model *Process* dari Thorson, dkk ini akan penulis gunakan untuk menjelaskan proses sosialisasi politik yang dilakukan oleh akun Instagram Puspenpol pada aspek konteks struktur sosial, media sosial sebagai media interaktif dalam komunikasi atau penyampaian pesan politik, sikap dan kognitif yang terbentuk pada *followers*, dan bentuk partisipasi followers dalam belum keterlibatan dalam perbincangan politik dalam jaringan (*political talk dan online political communication*).

³² *Ibid*, Hlm 30

³³ *Ibid*, Hlm 31

1.6.3. Partisipasi Politik Sebagai Implikasi Sosialisasi Politik

Pada dasarnya, partisipasi politik sendiri dibagi menjadi dua yaitu partisipasi aktif dan partisipasi pasif. Yang termasuk dalam kategori partisipasi aktif ialah mengajukan usul mengenai suatu kebijakan umum, mengajukan alternatif kebijakan umum yang berlainan dengan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, mengajukan kritik dan perbaikan untuk meluruskan kebijakan, membayar pajak dan memilih pemimpin pemerintahan. Sebaliknya kegiatan yang menaati pemerintah, menerima, dan melaksanakan saja setiap keputusan pemerintah. Dengan kata lain, partisipasi aktif berarti kegiatan yang berorientasi pada proses *input* dan *output* politik, sedangkan partisipasi pasif merupakan kegiatan yang berorientasi pada proses *output*.³⁴

Seiring berkembangnya studi tentang partisipasi politik, sosiolog politik kini memberlakukan bentuk-bentuk partisipasi politik sebagai institusional maupun non institusional³⁵. Bentuk partisipasi institusional sendiri meliputi pembicaraan politik atau wacana politik, partisipasi politik dan internet, terakhir adalah kampanye dan *canvassing*. Sedangkan bentuk partisipasi non institusional adalah *graffiti* atau coretan, protes dan demonstrasi dan yang terakhir adalah gerakan sosial, politik dan revolusi. Berdasarkan bentuknya, partisipasi politik yang dilakukan oleh *followers* akun Puspennol sebagai hasil dari sosialisasi politik yang dilakukan Puspennol dapat dikategorikan ke dalam bentuk institusional yaitu partisipasi

³⁴ Ramlan Surbakti, 2010, *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: Grasindo, Hlm 182

³⁵ Betty A. Dobratz, Lisa K. Waldner & Timothy Buzzell, 2012, *Power, Politics, And Society: An Introduction to Political Sociology*, London: Routledge, Hlm 205

politik dan internet. Karena, Politik yang ada di internet pun mempunyai nama lain yaitu e-politik. Dalam banyak hal, e-politik menciptakan bentuk baru partisipasi politik, termasuk pembicaraan dan percakapan politik, perolehan berita dan informasi tentang kandidat atau masalah politik, mobilisasi peserta, dan seperti yang disarankan beberapa orang, pemungutan suara *online*³⁶. Melihat banyak *followers* yang memberikan respon baik itu setuju, tidak setuju ataupun memberikan informasi tambahan sudah membuktikan bahwa adanya bentuk partisipasi baru dalam hal politik *online*. Partisipasi politik *online* berupa obrolan politik menurut Michael Rush dan Phillip Althoff termasuk ke dalam hierarki level rendah yaitu partisipasi dalam diskusi politik informal minat umum dalam politik.

1.6.4. Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi politik

Untuk memudahkan interaksi antar individu tentunya memerlukan sebuah media. Media merupakan perantara untuk memudahkan aktivitas manusia. Media sendiri dibagi dalam beberapa jenis yaitu media audio, media visual, dan media audiovisual. Media audio sendiri merupakan media yang lebih mengedepankan suara contohnya saja radio, telepon, *tape recorder* dan contoh lainnya. Sedangkan media visual adalah seperti foto, poster, peta, ilustrasi dan lainnya. Media audiovisual sendiri merupakan gabungan dari media audio dan juga visual seperti televisi, *game*, atau video.

³⁶ *Ibid*, Hlm 207

Adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin memudahkan masyarakat untuk berinteraksi dan mencari informasi. Kini banyak masyarakat memakai media sosial sebagai media komunikasi dan informasi dengan masyarakat. Media sosial merupakan salah satu media perantara interaksi dan komunikasi antar individu atau masyarakat. Media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.³⁷ Berdasarkan penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan wadah masyarakat untuk berinteraksi secara virtual tanpa terkendala jarak dan waktu.

Saat ini berbagai media sosial sudah banyak bermunculan seperti Facebook, Instagram, Twitter dan media lainnya. Media sosial digandrungi oleh masyarakat karena memudahkan masyarakat memperoleh informasi dimana saja dan kapan saja. Media sosial menghadirkan interaksi secara dua arah yang menjadikannya daya tarik tersendiri. Interaksi ini memudahkan masyarakat membentuk ruang publik baru dan membentuk komunitas secara virtual atau *online*. Terlebih di era yang serba cepat ini kebutuhan informasi sangat diperlukan sehingga kini banyak media yang menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan suatu informasi.

Jika ditarik ke belakang, perkembangan media sosial tidak terlepas dari perkembangan *new media*. Istilah *new media* atau “media baru” muncul seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi. Media

³⁷ Rulli Nasrullah, 2017, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Hlm 13

baru dalam konteks era digital adalah media yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi yang mengandalkan kecepatan dalam hal penyebaran konten. Teknologi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menjadi faktor penentu dalam perkembangan media baru³⁸. Misalnya saja perangkat seperti *smartphone*, laptop maupun *gadget* lainnya. Selain itu media baru juga menawarkan fitur yang lebih interaktif dibandingkan media massa seperti koran, TV maupun radio. Media baru memerlukan koneksi Internet untuk penyebarluasan konten. Biasanya konten disebarluaskan melalui web-web aplikasi.

Perbedaan antara media “baru” dan “lama” adalah bahwa media lama sebagian besar adalah media massa yang berbeda dengan “media baru” yang meskipun dapat berupa media massa, namun memiliki ciri interaktif dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Jadi meskipun jutaan orang mengakses Internet dan Web setiap hari sebagaimana media massa, namun Web dan Internet berbeda dengan media massa seperti televisi dan radio karena mampu memfasilitasi komunikasi dua arah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa media lama adalah media massa pasif dan “media baru” sebagai media interaktif yang diakses secara individual³⁹. Salah satu hasil dari adanya media baru adalah media sosial.

Dalam sosialisasi politik ada empat agen sosialisasi utama yaitu keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa. Sebelum hadirnya internet seperti saat ini, media massa seperti televisi, radio, dan koran

³⁸ Catur Nugroho, 2020, *Cyber Society Teknologi Media Baru dan Disrupsi Informasi*, Jakarta: Penerbit Kencana, Hlm 31

³⁹ *Ibid*, Hlm 31

memiliki peranan yang penting dalam sosialisasi. Sayangnya media massa memiliki interaksi satu arah dengan masyarakat. Lambat laun disaat teknologi komunikasi berkembang pesat dengan adanya internet membuat media sosial menjadi salah satu agen sosialisasi termasuk sosialisasi politik. Terlebih internet bisa membuat siapapun terhubung dengan individu lain tanpa terkendala tempat dan waktu dan memiliki interaksi dua arah. Belum lagi kini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu dengan smartphone dan juga internet dibanding menonton televisi, mendengarkan radio dan membaca koran.

Seperti yang kita ketahui, media merupakan salah satu dari agen sosialisasi. Media sendiri merupakan konstruksi simbolik dimana sebuah organisasi dapat memilih apa yang akan mereka laporkan, bagaimana sesuatu harus ditafsirkan dan bahasa naratif apa yang akan digunakan⁴⁰. Berbeda dengan agen sosialisasi seperti keluarga dan sekolah yang percakapan sosialisasinya dilakukan secara vertikal, media sendiri dapat dilakukan secara horizontal. Konten-konten media yang kerap kali relevan dengan topik politik kerap menimbulkan bias media. Bias media difokuskan bukan pada akurasi faktual melainkan pada pemilihan media dan interpretasi topik dengan maksud eksplisit untuk mendukung perspektif ideologis⁴¹. Partisan politik pun menjelaskan bahwa media massa *mainstream* digunakan oleh lawan ideologis untuk membentuk pemahaman warga negara tentang dunia politik. Hal ini bisa dijelaskan oleh tiga teori

⁴⁰ *Ibid*, Hlm 79

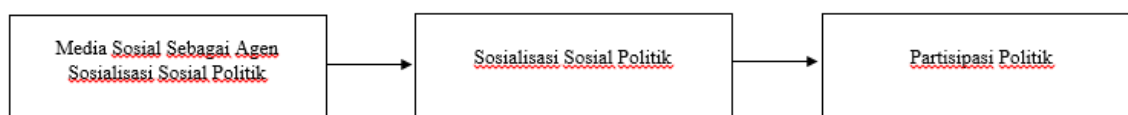
⁴¹ *Ibid*, Hlm 79

alternatif efek media menurut Scheufele dan Tewksbury dalam Wasburn dan Adkins ⁴².

Pertama adalah *agenda setting*. *Agenda setting* berfokus pada korelasi yang kuat antara penekanan media pada isu-isu tertentu dan pentingnya dikaitkan dengan isu-isu ini oleh warga negara. Kedua adalah *priming* yang menekankan perubahan dalam standar yang digunakan orang untuk mengevaluasi kandidat dan isu politik. Ini adalah perpanjangan dari Agenda Setting. Terakhir adalah *framing*. *Framing* mengacu pada proses di mana media memaksakan kerangka kognitif untuk memahami aktor, kondisi, dan peristiwa politik.

Kini media yang mensosialisasikan sosial politik tidak hanya sebatas pada media konvensional *mainstream* saja. Sudah banyak kita lihat situs-situs web yang terintegrasi dengan internet. Banyaknya informasi dan berita dari situs-situs tersebut dapat membuat masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi. Internet pun membuat masyarakat lebih mudah mengakses informasi politik secara langsung dan bahkan berkomunikasi dengan sesama warga dengan jumlah yang tidak terbatas.

Skema 1.2 Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi politik



(Sumber: Analisis Peneliti, 2022)

⁴² *Ibid*, Hlm 80

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus yang ditelaah adalah akun Instagram Puspenpol sebagai agen sosialisasi politik di masyarakat. Pendekatan kualitatif sendiri lebih menekankan kepada interpretasi data dibanding angka dan perhitungan. Hakikat penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya, mendekati atau berinteraksi dengan orang-orang yang berhubungan dengan fokus penelitian dengan tujuan mencoba memahami, menggali pandangan dan pengalaman mereka untuk mendapat informasi atau data yang diperlukan⁴³.

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang menjadi kunci utama dalam penelitian untuk menjadi narasumber atau informan yang akan memberikan informasi tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Informan adalah orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti, yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakannya⁴⁴.

Pada penelitian ini, subjek penelitian adalah pengelola Puspenpol dengan akun Instagram Puspenpol sebagai sumber informasi utama. Peneliti

⁴³ Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gaung Persada, Hlm. 51

⁴⁴ M. Idrus, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama, Hlm. 91.

meneliti setidaknya sembilan orang informan yaitu dua anggota Puspenpol (penanggung jawab dan pembuat konten Puspenpol), enam pengikut akun Instagram Puspenpol dan satu praktisi media sebagai informan pendukung. Informan tersebut dipilih karena dinilai mampu memberikan informasi terkait peran media sosial sebagai agen sosialisasi.

Tabel 1.2 Karakteristik Informan

No	Informan	Jumlah	Target Informasi
1	<p>Penanggung Jawab Pusat Penerangan Politik (Puspenpol) dan Tim Pembuat Konten Puspempol</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fachrial Kautsar (26 Tahun) - Alif Hanifin (26 Tahun) 	2	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor pendorong dibuatnya Puspenpol • Tujuan dibuatnya Puspenpol • Pemilihan media sosial Instagram sebagai media sosialisasi • Struktur kepengurusan Puspenpol • Jenis konten yang dibuat • Pemilihan materi konten • Pengolahan materi konten • Riset isi materi konten
3	<p>Pengikut Akun Instagram Puspenpol</p> <ul style="list-style-type: none"> - J : 22 Tahun, Mahasiswa - RK : 21 Tahun, Mahasiswa - W : 23 Tahun, PNS - RF: 24 Tahun, Barista - RS: 25 Tahun, Freelancer - AT: 21 Tahun, Mahasiswa 	6	<ul style="list-style-type: none"> • Tujuan mengikuti akun Instagram Puspenpol • Informasi yang diperoleh dari akun Instagram Puspenpol • Dampak dari informasi yang di dapat dari akun Instagram Puspenpol
4	<p>Praktisi Media</p> <p>Johan Nurul Imani, 36 Tahun</p>	1	<ul style="list-style-type: none"> • Pandangan terhadap media sosial Instagram sebagai agen sosialisasi • Pandangan terhadap adanya akun Instagram Puspenpol

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan melalui akun Instagram Pusat Penerangan Politik (Puspenpol). Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena Pusat Penerangan Politik (Puspenpol) aktif melalui aplikasi Instagram. Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengamati akun Instagram Puspenpol terhitung mulai dari bulan Mei 2022. Kemudian peneliti pun mulai melakukan wawancara dari bulan Februari hingga bulan Mei 2023. Adanya Pusat Penerangan Politik (Puspenpol) sebagai agen sosialisasi politik menjadi media baru dimana sosialisasi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut peran akun Instagram Puspenpol dalam melakukan sosialisasi politik di masyarakat.

1.7.4 Peran Peneliti

Dalam penelitian ini, peran peneliti adalah sebagai pelaku penelitian. Peneliti memiliki peran sebagai pengamat, perencana, pelaksana, pengumpul data yang kemudian menganalisis hasil temuan yang didapat. Peneliti pun melaporkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Sebelumnya peneliti telah melakukan kegiatan observasi dan mendapatkan persetujuan dari pihak terkait untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan akun Instagram Puspenpol. Penelitian ini juga didukung oleh subjek informan yang telah memberikan informasinya terkait keberadaan akun Instagram Puspenpol.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1.7.5.1 Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti terhadap subjek kajian yang diteliti. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara detail aspek-aspek yang dibutuhkan dalam penelitian seperti karakteristik subjek, aktivitas yang dilakukan subjek. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap akun Instagram Puspenpol untuk melihat langsung bagaimana sosialisasi politik yang dilakukan oleh Puspenpol. Akun Instagram Puspenpol merupakan salah satu akun yang memiliki pengikut sebanyak 40.000 pengikut. Melalui observasi ini, peneliti mencoba untuk mengetahui secara mendalam mengenai aktivitas akun Instagram Puspenpol.

1.7.5.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik penelitian yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang bersifat deskripsi dengan harapan dapat menggali informasi secara lebih mendalam dari informan yang diwawancarai. Wawancara yang dilakukan bersifat terbuka. Wawancara dilakukan kepada penanggung jawab Puspenpol, tim pembuat konten Puspenpol, masyarakat pengikut akun Instagram Puspenpol dan masyarakat umum lainnya. Peneliti

melakukan wawancara mengenai faktor terbentuknya akun Instagram Puspenpol, konten yang dibuat akun Puspenpol dan dampaknya pada masyarakat.

1.7.5.3 Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Peneliti pun menggunakan bahan penelitian sekunder melalui dokumentasi dan studi kepustakaan. Dokumentasi merupakan kumpulan dokumen yang bersifat catatan maupun foto-foto yang berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh subjek yang diteliti. Dokumen utama yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah akun Instagram Puspenpol yang meliputi konten-konten sosialisasi politik Puspenpol. Peneliti mengambil beberapa gambar postingan yang diambil dari akun Instagram Puspenpol dimana hal ini bertujuan sebagai data pendukung penelitian. Sedangkan studi kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti adalah melalui jurnal nasional, jurnal internasional, buku dan tesis. Kepustakaan yang digunakan berkaitan dengan topik penelitian dan terindeks Sinta maupun Scopus.

1.7.6 Triangulasi Data

Triangulasi data sendiri merupakan pengecekan kembali data yang didapat agar nantinya hasil penelitian bersifat valid. Triangulasi ini pun bertujuan apakah dapat yang dapat sudah akurat atau belum sehingga dapat dipertanggungjawabkan hasilnya dikemudian. Peneliti melakukan triangulasi dengan cara mewawancarai masyarakat yang mengikuti akun

Instagram Puspenpol beserta praktisi media dan kemudian mevalidasi data tersebut dengan mewawancarai penanggung jawab Puspenpol dan observasi langsung ke akun Instagram Puspenpol.

1.7.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian menjelaskan alur logika yang mendasari penelitian dalam sebuah penelitian. Bertujuan untuk mempermudah peneliti dan pembaca dalam memahami isi penelitian secara menyeluruh. Penelitian penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri sebagai berikut;

BAB I: Pada bab ini berisi pendahuluan yang menjabarkan mengenai latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran umum akun Instagram yang akan dibagi menjadi beberapa sub bab yang berisi, penggunaan media sosial di Indonesia, keterlibatan publik pada perbincangan politik di Indonesia melalui media sosial, sejarah terbentuknya akun Instagram Puspenpol, konten akun Instagram Puspenpol dan profil anggota Puspenpol.

BAB III: Pada bab ini peneliti akan memaparkan mengenai hasil temuan penelitian. Pada bab ini juga hasil temuan akan menjawab pertanyaan penelitian seperti faktor pendorong, proses sosialisasi, konten akun Instagram Puspenpol, dan partisipasi politik *followers* Puspenpol.

BAB IV: Pada bab ini akan dijelaskan analisis antara hasil temuan dengan konsep sosiologi yang dipakai. Konsep yang digunakan dalam

penelitian ini adalah *Process Model* untuk menjelaskan sosialisasi politik yang dilakukan oleh Puspenpol.

BAB V: Bab ini merupakan bagian penutup dan kesimpulan dari hasil penelitian. Tak lupa peneliti pun memberikan kritik dan saran berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan.

