BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan banyak aspek lain di era digital modern. Media sosial digunakan sebagai media hiburan ataupun penyebar informasi yang sering digunakan pada saat ini, karena aksesnya yang mudah dan informasi yang ada cukup lengkap. Khususnya di negara-negara dengan tingkat kesadaran dan literasi politik yang tinggi, media sosial memainkan peran penting sebagai media komunikasi politik, yang bukan merupakan fenomena baru. (Komariah & Kartini, 2019) Selain digunakan sebagai media hiburan dan penyebaran informasi, belakangan ini lebih tepatnya pada masa pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 media sosial digunakan sebagai alat penggerak partisipasi pemilih yang digunakan kandidat pasangan calon untuk terutama untuk menarik pemilih muda diantaranya mahasiswa yang mendominasi pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 agar ikut berpartisipasi dalam pesta demokrasi. Tingginya penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa dan pemilih muda menjadikan para kandidat pasangan calon memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye dengan model kampanye digital dan mulai meninggalkan model kampanye konvensional. Situs media sosial seperti instagram, tiktok, X, dan facebook, digunakan sebagai sarana kampanye karena dengan media sosial jangkauan penyebaran informasi menjadi lebih luas dan cepat, terutama pada mahasiswa yang sudah lekat dengan media sosial.

Media sosial merupakan sarana digital yang bersifat interaktif, memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi secara aktif, menyebarkan informasi, dan menciptakan berbagai jenis konten. Konten tersebut dapat berupa blog pribadi, jaringan pertemanan daring, ensiklopedia kolaboratif, ruang diskusi, hingga lingkungan virtual yang mensimulasikan dunia nyata. Opini publik dapat dipengaruhi secara kuat oleh keberadaan media sosial. (Alam, 2021) Gen Z merupakan generasi yang paling sering menggunakan salah satu media sosial terpopuler yaitu Instagram. Berdasarkan data dari survei *We Are Social* tahun 2024, Instagram tercatat sebagai platform media sosial terpopuler kedua di Indonesia, dengan persentase pengguna menyentuh 85,3% dari total populasi. Berdasarkan laporan terkini dari *The Global Statistics* pada awal tahun 2025, Instagram menjadi media sosial yang paling sering dimanfaatkan oleh penduduk Indonesia, yaitu sebesar 84,80% dari keseluruhan populasi. Saat ini, kalangan muda sangat menyukai Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial yang paling populer, instagram telah menjadi sarana untuk mendapatkan informasi, berdiskusi, hingga menyampaikan opini terkait isu-isu politik. Dengan fitur-fitur seperti stories, reels, dan unggahan feed, Instagram memberikan ruang bagi politisi, lembaga, maupun individu untuk menyebarkan informasi politik secara cepat dan interaktif. Selain itu, melalui Instagram, pengguna dapat menyalurkan dan membagikan hasil foto serta video miliknya, fitur lain juga terus dikembangkan platform media sosial instagram. (Utami, 2022) Instagram menggabungkan semuanya dengan keseimbangan antara hiburan, identitas diri, interaksi sosial, dan visual estetik. Inilah yang

membuatnya paling sesuai dengan preferensi Gen Z, khususnya di Indonesia Hal ini memungkinkan pengguna, termasuk mahasiswa, untuk lebih mudah mengakses informasi politik dan membentuk opini mereka terhadap calon pemimpin, termasuk pada pemilihan presiden tahun 2024. Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh Azkiya Risya Yudi Fauziyah dkk yang dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Semarang menyatakan bahwa responden seringkali memperoleh informasi politik lewat media sosial sebanyak 20 orang dari 20 responden dengan persentase 100% dibandingkan dengan sumber berita lainnya seperti, berita tradisional, televisi, koran, radio, dll.

Penelitian lain juga menunjukkan hasil yang sama dimana kampanye berbasis media sosial dikatakan berpengaruh terhadap partisipasi anak muda khususnya mahasiswa. Menurut Fauziyah, A. R. Y dkk (2024), ditemukan bahwa media sosial berperan signifikan dalam mendorong partisipasi pemilih pemula pada Pemilu 2024, khususnya di kalangan mahasiswa UNS. Hasil penelitian menyatakan dengan indikasi 100% responden mengakui bahwa media sosial adalah sumber utama informasi politik mereka, mayoritas responden mengatakan bahwa mereka lebih sering mendapatkan informasi politik dari media sosial. Sedangkan penelitian kualitatif lain oleh Ode Mudiani, W. (2023) dengan judul *Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024*, menunjukkan bahwa mayoritas pemilih dalam Pemilu 2024 yang berasal dari

kalangan anak muda sepakat kalau media sosial merupakan sarana yang berguna untuk mendorong peningkatan partisipasi saat pemilihan tersebut.

Sebagai individu intelektual dan bagian dari masyarakat yang memiliki keunggulan, mahasiswa diharapkan dapat menjalankan peran mereka secara profesional dan proporsional, baik dalam lingkungan sosial maupun di dunia pendidikan. (Cahyono, 2019) Dalam ranah politik, mahasiswa juga diharapkan turut ambil bagian dalam setiap tahapan, termasuk pada Pemilu 2024. Mahasiswa, sebagai bagian dari kalangan muda yang aktif memakai media sosial, menjadi target utama dalam berbagai strategi kampanye politik. Mereka dipandang sebagai pemilih yang rasional dan memiliki potensi besar dalam memengaruhi arah politik melalui keterlibatan mereka. Pada Pemilu Presiden 2024, mahasiswa umumnya tergolong sebagai pemilih pemula dari kalangan Generasi Z, yakni kelompok usia 17 hingga 25 tahun. Mengacu pada data dari situs resmi Kominfo, jumlah total pemilih dalam Pemilu 2024 tercatat mencapai 204.807.222 orang, dengan sekitar 46,8 juta di antaranya berasal dari Gen Z dalam rentang usia tersebut. Berdasarkan data tersebut jumlah pemilih Gen Z berada pada urutan ketiga yang mendominasi pada pemilu Presiden 2024, diurutan pertama terdapat Gen Milenial yaitu dengan rentang usia 26-40 tahun dengan jumlah pemilih 68,8 juta jiwa dan Generasi X pada rentang usia 43-58 dengan jumlah pemilih sebanyak 57,8 juta jiwa. Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, penggunaan media sosial diantisipasi akan menjadi salah satu strategi utama yang digunakan untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam pemilu. Berdasarkan data yang diperoleh saat Pra Penelitian menunjukkan

bahwa instagram menempati urutan teratas, instagram menjadi yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa PPKN UNJ, dengan persentase sebesar 72,2% selain itu 88% mahasiswa menggunakan media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperoleh informasi atau berita. Selain itu data menunjukkan sebanyak 42,3% intensitas mahasiswa PPKN UNJ dalam menggunakan media sosial yaitu selama 1-3 jam/hari dan sebanyak 49,5% mahasiswa membuka instagram sebanyak > 5 kali sehari. Media sosial memungkinkan kandidat dan tim kampanye untuk menyebarkan visi, misi, serta program kerja secara lebih luas, sambil memanfaatkan fitur interaktif media sosial untuk mendekati diri dengan pemilih.

Meskipun demikian, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyampaikan hasil akhir rekap suara pemilu 2024 pada 20 Maret, yang menunjukkan bahwa persentase partisipasi pemilih pada Pemilihan Presiden tahun 2024 tercatat sebesar 81,78%. Angka ini ditentukan dengan mengkorelasikan 164,3 juta suara sah dengan 204,4 juta individu yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Menurut Ketua KPU Hasyim Asy'ari, tingkat partisipasi pemilih dalam Pemilihan Umum 2024 menurun dibandingkan dengan Pemilihan Umum 2019 dalam pertemuan bersama dengan Komisi II Dewan Perwakilan Rakyat pada 25 Maret. Namun, temuan penelitian lain menunjukkan bahwa 76,7% pemilih pemula secara tegas mendukung penggunaan media sosial sebagai alat dalam kegiatan kampanye politik, sementara 60% percaya bahwa media sosial efektif untuk tujuan tersebut. Berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media kampanye hanya efektif pada pemilih

muda khususnya mahasiswa namun tidak berpengaruh secara signifikan pada partisipasi keseluruhan pemilih yang mana ditunjukkan pada menurunnya partisipasi pemilih pada tahun 2024.

Merujuk dari latar belakang tersebut, peneliti ingin menelusuri keterkaitan atau hubungan antara tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan partisipasi politik mahasiswa dalam memilih Presiden dan wakil presiden tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana Instagram berkontribusi dalam membangun kesadaran politik, serta mendorong partisipasi aktif mahasiswa dalam dinamika demokrasi. Penelitian ini diharapkan memberikan acuan untuk para pasangan capres cawapres dan tim kampanye mereka dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efisien dan tepat sasaran, guna menjangkau pemilih muda secara optimal.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan maka beberapa masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas penggunaan media sosial instagram berhubungan dengan partisipasi politik mahasiswa dalam memilih presiden dan wakil presiden tahun 2024?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi efektivitas media sosial instagram dalam meningkatkan partisipasi politik mahasiswa dalam memilih presiden dan wakil presiden tahun 2024 ?

3. Apa saja jenis konten politik di Instagram yang paling sering diakses mahasiswa yang memengaruhi partisipasi politik mahasiswa dalam memilih presiden dan wakil presiden tahun 2024?

C. Pembatasan Masalah

Dari hasil pengidentifikasian masalah sebelumnya, penelitian ini perlu diberikan batasan. Batasan penelitian difokuskan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKN) Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021, 2022 dan 2023, yang berada dalam rentang usia 17 hingga 25 tahun, dengan fokus kajian pada konteks Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Penelitian ini hanya menganalisis hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram, dengan partisipasi politik mahasiswa dalam memilih presiden dan wakil presiden tahun 2024, yang meliputi aspek kesadaran politik, minat memilih, durasi dan frekuensi penggunaan media sosial instagram.

D. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah yang telah dilakukan, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut "Apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan partisipasi politik Mahasiswa dalam memilih Presiden dan wakil presiden tahun 2024?"

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu di bidang politik, komunikasi, serta teknologi informasi, terutama dalam mengkaji korelasi antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan tingkat partisipasi politik. Dalam ranah ilmu politik, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana media sosial, sebagai alat kampanye modern, mampu memengaruhi kesadaran politik dan tingkat partisipasi pemilih muda, khususnya mahasiswa. Penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam bidang komunikasi, khususnya dalam menilai efektivitas media sosial Instagram dibandingkan dengan media komunikasi politik konvensional. Selain itu, penelitian ini turut mengeksplorasi pola komunikasi politik yang berkembang di platform digital. Diharapkan temuan ini dapat dijadikan acuan oleh peneliti lain di masa yang akan datang yang berfokus pada keterkaitan antara digitalisasi komunikasi politik dan partisipasi generasi muda dalam konteks demokrasi digital. Oleh karena itu, temuan yang ada pada penelitian ini memungkinkan dimanfaatkan sebagai rujukan yang berguna bagi akademisi, peneliti selanjutnya, penyelenggara pemilu serta para pembuat kebijakan di bidang komunikasi dan politik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kandidat Politik

Penelitian ini dapat menyumbangkan wawasan baru bagi para kandidat politik serta tim kampanye untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana guna menyampaikan visi, misi, serta agenda kerja mereka kepada pemilih muda, terutama kalangan mahasiswa. Dengan memahami pola penggunaan media sosial oleh mahasiswa serta bentuk kampanye yang paling efektif, kandidat politik dapat merancang strategi kampanye yang lebih relevan, interaktif, dan persuasif untuk meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam Pemilu.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa sebagai bagian dari pemilih muda mengenai pentingnya keterlibatan dalam proses demokrasi melalui Pemilu. Penelitian ini juga mampu mendorong mahasiswa untuk menjadi pemilih yang lebih kritis dan rasional. Selain itu, melalui penelitian ini, mahasiswa dapat memahami cara memanfaatkan media sosial secara bijak dalam memperoleh informasi politik yang valid serta menyikapi berbagai informasi yang beredar dengan lebih cermat.

c. Bagi Penyelenggara Pemilu (KPU)

Penelitian ini dapat berkontribusi sebagai panduan yang dapat dipertimbangkan bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menyusun program sosialisasi berbasis media sosial khususnya instagram yang lebih efektif, terutama untuk menjangkau pemilih muda yang merupakan salah satu bagian strategis dalam meningkatkan partisipasi Pemilu. Temuan dalam penelitian atau studi ini bisa digunakan sebagai dasar dalam perancangan

strategi digital yang selaras dengan kebiasaan serta preferensi pemilih muda, sehingga dapat memperkuat efektivitas program edukasi dan kampanye yang dijalankan oleh KPU secara menyeluruh.

d. Bagi Akademisi maupun Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh akademisi maupun peneliti yang tertarik untuk mendalami studi terkait peran Instagram sebagai media kampanye politik serta pengaruhnya terhadap partisipasi politik di kalangan muda. Selain itu, hasil penelitian ini juga berpotensi membuka peluang untuk mengeksplorasi topik-topik lanjutan, seperti dampak negatif media sosial dalam proses kampanye politik atau pengembangan strategi kampanye berbasis teknologi yang lebih inklusif dan adaptif.

e. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini memberikan pemahaman bagi masyarakat umum mengenai transformasi media komunikasi politik pada zaman digital dan pengaruhnya pada perkembangan dinamika demokrasi di Indonesia. Dengan informasi ini, masyarakat dapat memahami pentingnya memanfaatkan media sosial secara bijak untuk mendukung proses demokrasi yang sehat dan partisipatif.

Intelligentia - Dignitas