

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk saling berkomunikasi, berbagi informasi, dan menghasilkan berbagai bentuk konten. Menurut Kaplan dan Haenlein (2020) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan aplikasi online yang memanfaatkan teknologi Web 2.0, dengan fitur utama berupa kemampuan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten secara bebas. Ciri khas dari media sosial antara lain adanya interaksi yang aktif, kemudahan akses bagi pengguna, serta fungsi untuk menciptakan dan memperluas jaringan sosial.

Di tengah perkembangan era digital, keberadaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan generasi muda, termasuk kalangan mahasiswa. Salah satunya ialah pada aplikasi media sosial X, dahulu bernama *Twitter*. *Twitter* mengalami perubahan besar dengan berganti nama menjadi X pada 23 Juli 2023, sebagai bagian dari visi besar Elon Musk untuk menciptakan "aplikasi segalanya" (*everything app*). Perubahan ini bertujuan untuk mengembangkan *Twitter* dari sekadar platform berbagi informasi menjadi layanan yang lebih luas, mencakup pembayaran digital, perbankan, e-commerce, dan komunikasi dalam satu aplikasi, mirip dengan konsep WeChat di China. Selain itu, perubahan ini juga berkaitan dengan perusahaan induk X Corp, yang dibentuk Musk setelah mengakuisisi *Twitter*.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi *digital native*, sering memanfaatkan media sosial X untuk menyuarakan opini, membangun kesadaran kolektif, dan mengorganisasi gerakan sosial. Penggunaan X di Indonesia terus menunjukkan tren yang signifikan. Berdasarkan data dari *Databoks Katadata* (2023), Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna X dari 24 juta pengguna di awal 2023 menjadi sekitar 27 juta pengguna pada akhir 2023, menjadikannya negara dengan jumlah pengguna X terbesar keempat di dunia. Selain itu, laporan *Pantau.com* (2024) mencatat bahwa sekitar 57,5% pengguna internet di Indonesia yang berusia 16–64 tahun menggunakan X sebagai salah satu platform utama mereka. Dari segi durasi penggunaan, pengguna X di Indonesia menghabiskan rata-rata 6 jam 26 menit per bulan untuk mengakses platform ini. Data tersebut mengindikasikan bahwa X masih menjadi salah satu platform media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya dalam mengakses informasi, berdiskusi, serta berpartisipasi dalam berbagai isu politik. Fenomena ini menunjukkan bahwa semakin meningkat intensitas penggunaan media sosial X di kalangan mahasiswa.

Popularitas X di kalangan mahasiswa menjadikannya sarana yang memiliki potensi besar dalam mendorong *civic engagement politics*, baik melalui diskusi daring, kampanye isu sosial, maupun partisipasi dalam aksi kolektif. Contoh nyata dapat dilihat dari berbagai tagar populer, seperti #ReformasiDikorupsi atau #SaveKPK, yang menjadi viral berkat kontribusi aktif mahasiswa dalam menyebarkan informasi dan mendorong diskusi publik.

Media sosial X menyediakan ruang yang fleksibel untuk berdialog secara terbuka, mempertemukan mahasiswa dengan beragam latar belakang untuk memperdebatkan isu-isu penting.

Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena menawarkan berbagai keuntungan. Namun demikian, di balik manfaat yang ditawarkan, media sosial juga memiliki potensi untuk menimbulkan sejumlah persoalan. Belum banyak yang memahami apakah intensitas penggunaannya benar-benar berbanding lurus dengan peningkatan keterlibatan politik di dunia nyata karena keterlibatan politik juga dipengaruhi oleh jenis konten yang diakses, pola komunikasi yang terjalin, dan tujuan penggunaan platform tersebut. Berbagai temuan riset menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat mendorong partisipasi politik, tetapi juga dapat menyebabkan efek negatif, seperti keterlibatan pasif (*slacktivism*).

Hasil penelitian oleh Wibawa & Arisanto (2020) terhadap pemilih pemula di Yogyakarta menemukan bahwa mayoritas Gen-Z hanya menjadi konsumen pasif konten politik, seperti membaca atau memantau tanpa membagikan atau menanggapi. Survei *IDN Research Institute* (2024) menunjukkan bahwa 45% generasi muda Indonesia mengaku tidak memahami sistem politik secara mendalam, dan 36% merasa takut menyuarakan pendapat politik secara terbuka. Oleh karena itu, penting untuk menelaah lebih lanjut apakah intensitas penggunaan media sosial X secara signifikan berkontribusi terhadap *civic engagement politics* mahasiswa.

Penelitian hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *civic engagement politics* dapat dianalisis melalui pendekatan-pendekatan teoretis yang sesuai dan mendalam. Diantaranya ialah *Civic Voluntarism Model* (CVM) dan *Media Effects Theory* yang menjelaskan bahwa individu menggunakan media, termasuk X untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti mendapatkan informasi, berinteraksi secara sosial, atau menyuarakan pendapat. *Civic engagement politics* dalam penelitian ini menggambarkan keterlibatan warga negara dalam aktivitas politik melalui dimensi seperti partisipasi dalam diskusi, kesadaran terhadap isu publik, dan kontribusi nyata terhadap perubahan sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial X (Twitter) dengan *civic engagement politics* mahasiswa. Penelitian ini termasuk pengembangan kajian keilmuan program studi PPKN terutama *civic academic* dan menjadi relevan mengingat mahasiswa sering dianggap sebagai aktor penting dalam perubahan sosial dan politik. Oleh karena itu, memahami dinamika ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam membentuk keterlibatan generasi muda.

B. Identifikasi Masalah

Dalam era digital saat ini mahasiswa aktif menggunakan media sosial X untuk mengakses informasi dan menyuarakan opini politik. Namun, intensitas penggunaan yang tinggi belum tentu mencerminkan keterlibatan politik yang bermakna. Banyak mahasiswa yang hanya menjadi konsumen pasif, tanpa

benar-benar terlibat dalam aktivitas politik nyata. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah penggunaan media sosial X secara intens benar-benar mendorong *civic engagement politics* di kalangan mahasiswa.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian yang akan dilaksanakan tentunya harus mempunyai batasan masalah. Mengacu pada identifikasi masalah yang diberikan, maka pembatasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya akan berfokus pada intensitas penggunaan media sosial X sebagai objek penelitian.
2. Penelitian ini hanya akan berfokus kepada mahasiswa/i PPKN FISH UNJ.
3. Penelitian ini hanya akan membahas mengenai apakah intensitas penggunaan media sosial X mempunyai hubungan dengan *civic engagement politics* mahasiswa.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan berbagai permasalahan yang diangkat dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan adalah “Apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media Sosial X dengan *civic engagement politics* mahasiswa”

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah tertuang pada penelitian ini, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitiannya sebagai berikut :

Intelligentia - Dignitas

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis melalui tambahan wawasan, informasi, serta perspektif baru terkait hubungan antara tingkat penggunaan media sosial X dengan keterlibatan politik mahasiswa (*civic engagement politics*).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang bermanfaat untuk berbagai unsur yang ada didalamnya yaitu mahasiswa dan universitas. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

a. Mahasiswa

Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bahwa penggunaan media sosial X secara intensif dapat mendorong keterlibatan aktif dalam kegiatan politik. Mahasiswa diharapkan dapat lebih kritis dan produktif dalam memanfaatkan media sosial, tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyuarakan opini, berdiskusi tentang isu publik, dan terlibat dalam aksi kolektif yang konstruktif.

b. Universitas

Bagi universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat merancang kampanye *civic engagement politics* berbasis media sosial yang lebih efektif. dapat menjadi sarana edukasi dan motivasi dalam membangun *civic engagement politics* di kalangan mahasiswa.