



TIPOLOGI PEMILIH PEMULA BERDASARKAN AKSES INFORMASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL

TIPOLOGY OF BEGINNER VOTERS BASED ON ACCESS TO POLITICAL INFORMATION IN SOCIAL MEDIA

Roni Jayawinangun

Faculty of Social Science and Culture, Universitas Pakuan
Jalan Pakuan, Tegallega Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat
e-mail: winangun.roni@gmail.com

(Diterima: 11-02-2019; Direvisi: 7-11-2019; Disetujui terbit: 30-11-2019)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipologi pemilih pemula berdasarkan akses informasi politik di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner pada 105 responden dengan metode sampling menggunakan quota sampling. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, skor rata-rata dan Analisis Varian (ANOVA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor didominasi wanita, pendidikan SLTA. Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan sebagai akses berita politik. Tipologi pemilih pemula dari persentase yang paling besar adalah pemilih apatis diikuti oleh pemilih naif, teralienasi dan setia, media, semakin banyak akses berita melalui media sosial mendorong pemilih menjadi setia, tanpa mengakses politik melalui media sosial membuat pemilih menjadi apatis.

Kata kunci: media sosial, pemilih pemula, tipologi pemilih

Abstract

This study aims to determine the typology of beginner voters based on access to political information on social media. This study uses a survey approach and data collection using a questionnaire on 105 respondents. The sampling method uses quota sampling while data analysis uses descriptive analysis and ANOVA. The results of this research indicate that the characteristics of beginner voters in Bogor Regency are dominated by women, high school education, not participating in the organization. Instagram is the most widely used social media as access to political news. The typology of beginner voters from the largest percentage is apathetic voters followed by naive, alienated and loyal voters, the media, the more access to news through social media encourages voters to be loyal, without accessing politics through social media makes voters apathetic.

Keywords : social media, tipology, beginner voters

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu pilar demokrasi untuk menyelaraskan kebijakan pemerintah serta pembangunan berdasarkan kehendak rakyat, sebagai pemilik kedaulatan. Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang merupakan revisi dari Undang-undang No. 22 Tahun 1999, telah mengubah tata cara pemilihan kepala daerah. Kepala daerah

yang sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Ketentuan ini tertuang dalam pasal 56 ayat 1 undang-undang tersebut yaitu, 'Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil'. Pemilu dengan partisipasi tidak dapat dipisahkan, karena salah satu indikator keberhasilan

dari Pemilu adalah tingkat partisipasi masyarakat.

Perkembangan teknologi media baru telah mengubah pengalaman berpolitik masyarakat. Pergeseran keterlibatan politik mendorong para peneliti mengkaji partisipasi secara daring (online) seperti dilakukan oleh Jung, Kim dan Zúñiga dan Muntean (Halim dan Jauhari, 2017).

Jung, Kim dan Zúñiga (2011) mendeskripsikan bentuk partisipasi politik online pada berbagai aktivitas, yaitu: mengumpulkan informasi politik dari artikel online, mengirim email ke kandidat atau partai politik, mengunjungi website kandidat politik, serta menyumbangkan uang untuk seorang calon atau partai politik secara daring. Muntean (2015) telah menguji pengaruh penggunaan sosial media terhadap partisipasi politik kepada 130 pemilih pemula di Rumania. Hasil penelitian tersebut mendapatkan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan mengakses berita politik mengakuisisi secara signifikan terkait dengan partisipasi politik *online*, tapi tidak dengan partisipasi politik *offline* (Halim dan Jauhari, 2017).

Partisipasi politik yang menarik untuk dijadikan kajian adalah partisipasi politik para pemilih pemula, karena pemilih pemula adalah kalangan yang baru memasuki dunia politik sehingga informasi tentang politik masih minim. Pemilu 2014, diketahui bahwa 63% dari pemilih tinggal di Pulau Jawa, dimana 19,7 juta diantaranya adalah pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun dan 57% diantaranya adalah pemilih muda yang akrab dengan penggunaan media (Perangin-angin dan Zainal, 2018). Jika dilihat pemaparan dari Komisioner KPU Jabar Divisi SDM dan Hubungan Partisipasi Masyarakat jumlah pemilih pemula diperkirakan kuantitas di Jawa

Barat mencapai 30% (Chandra, 2018). Besarnya potensi pemilih pemula merupakan tantangan tersendiri bagi penyelenggara pemilu yaitu KPU untuk senantiasa menginformasikan berita politik untuk mendorong kelompok ini terlibat dalam pemilihan.

Pemilih pemula tidak dapat dipisahkan dari media baru, khususnya media sosial. Salah satu yang menjadi faktor pendorong dalam partisipasi politik adalah penggunaan media berdasarkan penelitian Saldana, McGregor, Gil De Zuniga (2015). Penggunaan media yang marak saat ini adalah adalah media baru, yaitu internet sesuai dengan pendapat menurut Juditha dan Darmawan (2018) yang menyatakan generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet. Lembaga survei Gallup (2012) dalam salah satu laporannya menyebutkan bahwa satu dari lima orang di Indonesia (20.6%) menggunakan internet dalam kehidupan, dan dewasa ini, lebih dari setengah (51%) penduduk muda Indonesia yang berusia antara 15-24 tahun telah menggunakan internet dalam aktivitas. Sebagian besar penduduk muda ini (96.2%) adalah pengguna media sosial. Hasil survey Globalwebindex dikutip dari katadata.co.id pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa *platform* media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Platform* media jejaring sosial yang paling besar adalah *Youtube* dengan persentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat ke dua *Facebook* dengan persentase penggunaan sebesar 41%, kemudian *Instagram* dengan persentase penggunaan sebesar 38% (Katadata, 2018). Begitu eratnya pemilih pemula dengan media sosial maka menarik untuk

membagi/ segmentasi pemilih pemula ini berdasarkan tipologi pemilih berdasarkan ketertarikan terhadap politik dan kepercayaan politik.

Kabupaten Bogor adalah salah satu Daerah yang melakukan pemilihan kepala daerah Tahun 2018, selain itu Kabupaten Bogor adalah Kabupaten dengan jumlah penduduk terbesar di Jawa Barat. Menjadi hal yang menarik untuk mengetahui segmentasi pemilih pemula berdasarkan akses media sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Pemerintah, dalam hal ini adalah KPU sebagai input atau masukan untuk sosialisasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula dan bagi Peneliti untuk memahami tipologi dan dampak dari akses informasi politik melalui media sosial pada pemilih pemula.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana tipologi pemilih pemula berdasarkan akses informasi politik melalui media sosial di Kabupaten Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tipologi pemilih pemula berdasarkan akses informasi politik melalui media sosial di Kabupaten Bogor.

LANDASAN TEORI

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan informasi sebagai keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun non-elektronik. Berdasarkan hal tersebut pemahaman tentang informasi politik

mengacu pada definisi tersebut dengan menekankan pada konten politik.

Menurut Severin & Tankard (2011:75) Teori informasi bersifat heuristik, dalam arti ia membimbing kita menuju fakta dan metode baru dan tidak dikenali sebelumnya. Teori informasi cukup umum untuk mengorganisir material jumlah yang besar, yang sebagian besar bersifat strategis atau penting bagi periset komunikasi. Menurut Hapsari (2012:11), media komunikasi yang dimaksud dapat dikategorikan dalam dua bagian, yakni media umum dan media massa. Media umum ialah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contoh telepon, *handphone*, telegram, OHP, LCD proyektor, dan sebagainya.

Informasi merupakan sistem yang terintegrasi dari hasil pengolahan stimulus dengan pengetahuan untuk dapat dimengerti manusia. Meskipun tidak semua informasi dapat dikomunikasikan menjadi pesan, namun transfer informasi memiliki peran penting dalam penelitian komunikasi politik di mana masyarakat memperoleh informasi dari berbagai sumber baik media massa, media sosial (*new media*) maupun media antarpribadi yang berasal dari komunikasi tatap muka secara langsung (komunikasi antarpribadi). Dalam hubungannya dengan informasi politik yang dapat diterima oleh khalayak tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pemilu, sumber informasi memiliki peran penting. Sumber informasi yang berasal dari media massa dan media sosial menyebarkan informasi secara massif dan cepat. Sementara, sumber informasi interpersonal mengandalkan komunikasi antarpribadi, meskipun kecepatan jangkauannya lebih lambat namun kekuatan informasi yang disampaikan pada komunikasi antarpribadi jauh lebih kuat.

Banyak fakta mengungkapkan bahwa informasi interpersonal lebih memiliki pengaruh yang lebih kuat pada masyarakat umum terutama pada isu-isu tertentu yang membuat masyarakat menjadi terancam (Martha, 2015).

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya antar para pengguna (*users*). Para pengguna media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan kerja. Keberadaan media sosial, memudahkan komunikasi manusia. Manfaat yang dirasakan masyarakat yaitu kemudahan berkomunikasi dengan orang lain. Kaplan dan Haenlein (2010) membuat klasifikasi untuk berbagai jenis medsos yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu: 1). Proyek kolaborasi *website*, dimana *users* diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti Wikipedia. 2) Blog dan *microblog* dimana *users* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog tersebut, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter. 3) Konten atau isi, dimana para *users* di *website* saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar dan Youtube. 4) Situs jejaring sosial, dimana *users* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook. 5) *Virtual game world*, dimana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan

kemudian berinteraksi dengan orang lain, seperti *online game*. 6) *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

Pemilihan sebuah partai politik maupun kontestan, pemilih memiliki perilaku dalam mengambil keputusan untuk menentukan pilihannya. Menurut Firmanzah (2012) pada kenyataannya pemilih adalah dimensi yang sangat kompleks. Terkadang perilaku pemilih ini rasional dan non-rasional dalam menentukan keputusannya. Perilaku pemilih yang terkadang rasional dan non rasional menjadikan pemilih memiliki karakter yang berbeda pada setiap pemilih. Selain itu pandangan pemilih dalam menentukan pilihan terhadap partai politik dan kontestan menjadikan karakter yang membedakan pada setiap pemilih. Sehingga pemilih memiliki peran yang berbeda-beda pula pada pemilihan umum. Firmanzah (2012) menambahkan bahwa dalam diri masing-masing pemilih terdapat dua orientasi sekaligus yaitu; (1) orientasi '*policy-problemsolving*', dan (2) orientasi 'ideologi'. Ketika pemilih menilai partai politik atau seorang kontestan dari kacamata '*policy-problem solving*', yang terpenting adalah sejauh mana para kontestan mampu menawarkan program kerja atas solusi bagi suatu permasalahan yang ada. Pemilih akan cenderung secara objektif memilih partai politik atau kontestan yang memiliki kepekaan terhadap masalah nasional dan kejelasan program kerja. Partai politik atau kontestan yang arah kebijakannya tidak jelas akan

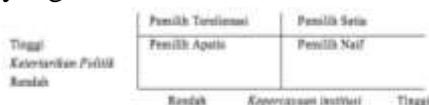
cenderung tidak dipilih. Sementara pemilih yang lebih mementingkan ikatan ‘ideology’ suatu partai atau kontestan, akan lebih menekankan aspek-aspek subjektifitas seperti kedekatan nilai, budaya, agama, moralitas, norma, emosi dan psikografis. Semakin dekat kesamaan partai politik atau calon kontestan, pemilih jenis ini akan cenderung memberikan suaranya kepartai dan kontestan tersebut.

Mengacu pada rilis survei Politik Indonesia Tahun 2013 yang menggunakan tipologi berdasarkan Seligson, yaitu menggunakan kepercayaan terhadap institusi politik dan efikasi yang menjadi dasar dalam penentuan tipologi pemilih. Kombinasi antara kepercayaan pada institusi politik dan efikasi politik (political efficacy) menghasilkan empat jenis pemilih, yaitu: Pemilih yang setia, yaitu pemilih yang terlibat aktif secara politik, punya efikasi tinggi dan percaya terhadap institusi politik.

Pemilih yang teralienasi yaitu pemilih yang memiliki efikasi politik, mempunyai political interest tinggi tapi kepercayaan terhadap institusi politik tidak sesuai dengan yang di harapkan.

Pemilih yang naif, yaitu pemilih yang tidak terlibat aktif, tidak memiliki efikasi, tidak memiliki ketertarikan politik tapi percaya begitu saja terhadap institusi-institusi politik.

Pemilih yang apatis adalah pemilih yang mempunyai efikasi politik dan ketertarikan yang rendah serta memiliki rasa kepercayaan terhadap institusi politik yang rendah.



Gambar 1. Konfigurasi Pemilih

Sumber: Seligson dalam Indikator Politik Indonesia (2013)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di enam daerah pemilihan (dapil) Kabupaten Bogor yang meliputi 40 Kecamatan yaitu Dapil 1 yang terdiri dari lima Kecamatan, Dapil 2 terdiri dari enam Kecamatan, Dapil 3 terdiri dari 7 Kecamatan, Dapil 4 terdiri dari enam Kecamatan, Dapil 5 terdiri dari Sembilan Kecamatan dan Dapil 6 terdiri dari 7 tujuh Kecamatan. Waktu penelitian ini selama 6 bulan.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah 30 persen dari total pemilih yang terdaftar di KPUD Kabupaten Bogor pada Pilkada Serentak Tahun 2018 yaitu sebanyak 988.448 orang. Sampel pada penelitian ini adalah warga Kabupaten Bogor yang sudah memiliki hak pilih sesuai aturan yang berlaku yaitu Warga Negara Indonesia dengan usia terendah 17 tahun sampai 21 tahun atau sudah kawin, dan terdaftar sebagai pemilih di Kabupaten Bogor.

Data dan Instrumentasi

Data yang digali dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden secara langsung dan juga wawancara singkat. Data sekunder yang akan digunakan dari dokumen–dokumen dari instansi seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) baik tingkat pusat maupun Kabupaten, Badan Pusat Statistika, literature dan hasil penelitian yang relevan terhadap penelitian ini. Instrumen adalah alat bantu yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang merupakan susunan pertanyaan/pernyataan yang akan diwawancarai langsung responden. Dasar

jawaban responden adalah pertanyaan yang diajukan atau alternatif jawaban yang sudah tersedia dalam kuesioner. Pengembangan pertanyaan pertanyaan dari kuesioner yang telah ada dilakukan untuk melengkapi hasil wawancara.

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan *quota sampling* berdasarkan wilayah Daerah Pemilihan. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin dengan tingkat *error* sebesar 10 persen dan jumlah populasi sebesar 988.448 orang maka didapatkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden dan akan ditambahkan menjadi 105 responden. Pembagian responden sebagai berikut:

Tabel 1. Pembagian Responden Berdasarkan Wilayah

Dapil	∑ Pemilih (Orang)	Porsi (%)	∑ Responden (Orang)
Bogor 1	174.104	17,6	18
Bogor 2	167.926	17,0	18
Bogor 3	147.804	15,0	16
Bogor 4	154.172	15,6	16
Bogor 5	182.720	18,5	19
Bogor 6	161.721	16,4	17
Total	988.448	100,0	105

Sumber: KPU Kabupaten Bogor, 2018

Analisis Data

Data dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis dengan prosedur sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu keadaan atau gejala tertentu. Analisis deskriptif ini digunakan dalam menggambarkan karakteristik responden, dan penggunaan media sosial dalam mengakses informasi politik

2. Analisis Skor Rataan

Skor rata-rata digunakan untuk mengelompokkan jawaban responden terhadap masing-masing kriteria menggunakan skala likert dengan lima tingkatan. Pertimbangan digunakannya skala likert dengan lima tingkatan adalah memberikan gambaran kepada peneliti mengenai sikap responden terhadap pertanyaan dan memudahkan responden dalam menentukan pilihan jawaban terkait setuju atau tidak

3. Analisis Varian (Anova)

Analisis varian digunakan untuk mengetahui perbedaan nyata pemilih pemula berdasarkan tipologi dan akses informasi di media sosial

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik sampel pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan. Berdasarkan data yang diperoleh, bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 62,9% dan sisanya adalah laki-laki dengan persentase sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih terbuka dan bersedia untuk diminta keterangan terkait dengan partisipasi politik dibandingkan laki-laki, selain itu berdasarkan hasil pemilu serentak tahun 2018 diketahui secara umum di Provinsi Jawa Barat dan Kabupaten Bogor tingkat partisipasi wanita lebih besar dibandingkan laki-laki.

Berdasarkan usia, diketahui bahwa persentase terbesar adalah usia 20 tahun dengan persentase sebesar 40 persen, diikuti usia 21 dan 19 sebesar 20 persen. Responden didominasi pendidikan terakhir SLTA sebesar 83,8%, diikuti SLTP sebesar 11,4%, SD sebesar 3,8% dan

Sarjana sebesar 1%. Partisipasi organisasi diketahui bahwa sebagian besar responden tidak berpartisipasi pada organisasi apapun yaitu sebesar 61%, sedangkan sisanya sebesar 39% pernah atau masih terlibat dalam organisasi. Pemilih pemula di Kabupaten Bogor tidak terlalu aktif dalam partisipasi dalam kelembagaan atau organisasi. Aktivitas responden sebagian besar adalah sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 83,8 persen. Aktivitas utama dari pemilih pemula adalah belajar. Sebaran karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Sebaran Karakteristik Responden

Karakteristik	Jawaban	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	40
	Perempuan	60
	SD	3,3
Pendidikan	SLTP	9,3
	SLTA	78,7
	Sarjana	8,7
Partisipasi Organisasi	Ya	36
	Tidak	64
Aktivitas	Bekerja	15,3
	Tidak Bekerja	9,4
	Pelajar/ Mahasiswa	75,3

Penggunaan Media Sosial dalam mengakses Informasi Politik Pemilih Pemula

Media sosial dalam konteks penelitian ini meliputi jenis media sosial dan akses informasi politik. Persentase kepemilikan dan akses informasi politik melalui media sosial dapat dilihat pada Gambar 2.

Berdasarkan Gambar 2, diketahui kepemilikan paling besar adalah instagram sebesar 93,3%, diikuti path sebesar 85,7%, Youtube 78,1%, Facebook 51,4% dan twitter sebesar 22,9%. Jika dilihat berdasarkan keaktifan mengakses informasi politik, diketahui bahwa

instagram adalah yang paling besar dengan persentase sebesar 37,11 persen, diikuti path (34,3%), facebook (26,7%) dan twitter (20%).



Gambar 2. Persentase Kepemilikan dan Akses Informasi Politik Melalui Media Sosial Pemilih Pemula

Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai salah satu sumber informasi politik bagi para pemilih pemula. Sesuai hasil penelitian Akmad dan Salman (2015) yang menyebutkan peranan media baru sebagai demokrasi maklumat dan fungsi medium tersebut dalam mempengaruhi partisipasi politik dalam kalangan belia.

Partisipasi Pemilih Pemula di Kabupaten Bogor

Partisipasi politik pada kajian ini sejauh mana pemilih pemula mengetahui tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Bogor yang dilaksanakan pada Tahun 2018. Bentuk Partisipasi Politik dapat dilihat pada Tabel 3.

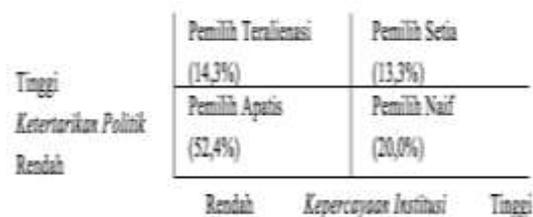
Tabel 3. Bentuk Partisipasi Politik Pemilih Pemula

Indikator	Jawaban	Persentase (%)
Pernah Memilih	Ya	72
	Tidak	28
Jenis Pemilihan	SD	3,3
	Pilkada	70,4
	Pilpres	13
	Pipres dan Pilkada	16,7
Pengetahuan Tentang Paslon	Mengetahui	56,4
	Tidak Mengetahui	43,6
	Mengetahui	
Pengetahuan visi misi Paslon	Mengetahui	1,4
	Tidak Mengetahui	98,6
Pengetahuan tanggal pilkada	Mengetahui	53,7
	Tidak Mengetahui	46,3
Pengetahuan Partai pendukung	Mengetahui	15,4
	Tidak Mengetahui	84,6

Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa dilihat dari pengetahuan tentang Pilkada Kabupaten Bogor diketahui informasi yang paling banyak diketahui oleh responden adalah mengenai pasangan calon Kepala Daerah dan tanggal pemilihan dengan persentase lebih dari 50%, sedangkan informasi partai pengusung calon dan juga visi misi pasangan calon masih dibawah dari 50 persen. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diterima pemilih pemula baru sebatas pengetahuan umum belum mendalam. Hal tersebut sesuai dengan penelitian litbang Kompas yang menyebutkan hanya 13 persen yang mengaku tahu banyak tentang seluk beluk pasangan calon yang berlaga di pilkada nanti (Simanjuntak, 2017).

Tipologi dan Pemilih Pemula di Kabupaten Bogor

Tipologi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu kepercayaan terhadap institusi politik dan efikasi politik yang menghasilkan empat jenis pemilih, yaitu pemilih apatis, pemilih naif, pemilih terelinasasi dan pemilih setia menurut Seligson (1980). Hasil tipologi pemilih pemula dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Konfigurasi Tipologi Pemilih Pemula Kabupaten Bogor

Berdasarkan Gambar 3, diketahui bahwa pemilih pemula di Kabupaten Bogor merupakan pemilih apatis dengan persentase sebesar 52,4%, diikuti oleh pemilih naif sebesar 20%, pemilih terelinasasi sebesar 14,3% dan pemilih setia sebesar 13,3%. Urutan ini sesuai dengan survei lembaga politik indikator Tahun 2013 yang menyebutkan bahwa pemilih apatis sebesar 41,5%, diikuti pemilih naif (28,3%), pemilih setia (17%) dan pemilih terelinasasi (13,2%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pemilih muda terhadap institusi politik masih rendah, sesuai dengan penelitian Dwi (2018) yang menyebutkan bahwa angka apatisisme terhadap partisipasi politik merupakan sebuah hasil dari tingginya angka ketidakpercayaan publik terhadap institusi politik. Salah satu perilaku milenial Indonesia adalah cuek dengan politik (Ali, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pemilih pemula di

Kabupaten Bogor yang melihat pemilu sebagai sesuatu tidak menarik.

Tipologi dan Akses Informasi Politik Melalui Media Sosial Pemilih Pemula

Tabel 4. Hasil Perbedaan Tipologi Berdasarkan Akses Informasi Politik di Media Sosial

Tipologi	N	Modus	F	Sig
Apatis	55	0	51.2	.00
Naif	21	2	26	0
Teralienasi	15	3		
Setia	14	2		
Rata-rata	10			
Total	5	2		

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, hasil perhitungan diringkas seperti pada Tabel 4, diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 51,22$ dan $F_{tabel} = 2,69$ Oleh karena itu, hipotesis diterima yaitu terdapat perbedaan nyata akses berita politik berdasarkan tipologi pemilih pemula. Berdasarkan nilai modus, diketahui bahwa pemilih apatis adalah pemilih yang tidak mengakses informasi politik dari *platform* media sosial mana pun, sedangkan pemilih naif dan setia adalah pemilih yang mengakses informasi politik dari dua media sosial sedangkan pemilih teralienasi adalah pemilih yang akses informasi politik dari tiga media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilih pemula yang tidak mengakses informasi politik dari *platform* media sosial manapun akan mendorong menjadi pemilih apatis, sedangkan semakin banyak banyak mengakses informasi politik dari media sosial akan mendorong pemilih muda menjadi pemilih setia, naif maupun teralienasi. Oleh karena itu menjadi penting bagi institusi politik untuk menginformasikan politik melalui media sosial, sehingga pemilih pemula di Kabupaten Bogor semakin tertarik bidang politik khususnya dalam berpartisipasi politik. Pengaruh generasi milenial dalam

aspek politik dan ekonomi belum terlalu kuat, namun bila informasi di media sosial semakin dapat dipercaya, akan membentuk generasi yang lebih kuat (CSIS, 2017).

Dukungan dan partisipasi politik generasi milenial ini akan terbentuk jika terus menerus terpapar media digital yang berisikan sosialisasi atau informasi tentang kampanye mendukung kebijakan-kebijakan pemerintah yang positif. Mengingat generasi ini adalah mayoritas pengguna media digital (internet, media sosial dan lain sebagainya). Sosialisasi tersebut bisa dalam bentuk film, pesan teks yang menarik serta video digital di media sosial maupun media online lainnya (Juditha dan Darmawan 2018).

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor didominasi oleh wanita dengan pendidikan SLTA, tidak berpartisipasi pada organisasi dan aktivitasnya adalah pelajar.

Penggunaan media sosial sebagai pencarian informasi politik, diketahui bahwa instagram adalah yang paling besar dengan persentase diikuti Youtube Twitter dan Facebook.

Hasil penelitian ini juga politik diketahui sebagian besar pemilih pemula Kabupaten Bogor pernah berpartisipasi politik dalam Pilkada maupun Pilpres, informasi yang paling dominan terkait Pilkada Kabupaten Bogor adalah pasangan calon dan tanggal pemilihan.

Penelitian ini juga mengungkapkan Tipologi pemilih pemula di Kabupaten Bogor dari persentase yang paling besar adalah pemilih apatis diikuti oleh pemilih naif, pemilih setia dan pemilih teralienasi.

Hasil lainnya adalah terdapat perbedaan nyata tipologi pemilih pemula berdasarkan akses informasi politik melalui media sosial.

Saran

Saran dari penelitian ini agar institusi politik seperti partai politik lebih mengoptimalkan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi terkait pemilihan umum khususnya instagram dan twitter secara berkala tidak hanya pada saat tahun pemilu agar pemilih muda lebih terdedah iatau terpapar informasi dan dapat meningkatkan partisipasi politik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pemilih muda dan dapat menggeser pemilih apatis dan teralienasi menjadi pemilih setia ataupun naif.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas responden bukan hanya pada pemilih pemula tetapi pemilih tetap dan juga dapat diukur bagaimana pengaruh media social terhadap partisipasi politik berdasarkan faktor lokasi tempat tinggal (desa dan kota)

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang membantu dalam proses penyelesaian karya tulis ilmiah ini, baik pihak yang menyediakan sarana dan prasarana, pihak yang telah membantu penyebaran kuesioner dan juga pengelola Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, F. Salman, A. Partisipasi Politik Belia Secara 'online' Melalui Ruang Demokrasi Maklumat Media Baru. *Malaysian Journal of Communication*, 31 no.1 (2015): 81-100.

Ali, H. 9 *Perilaku Milenial Indonesia*. http://www.academia.edu/35915408/MEMAHAMI_MILENIAL_INDONESIA_by_Alvara_Research_Center (accessed 12 September 2018)

Chandra, F. *Pemilih Muda Dituntut Bertanggungjawab*. Tersedia <http://jabar.kpu.go.id/2018/04/pemilih-muda-dituntut-bertanggungjawab/>. (accessed 2 Oktober 2018)

CSIS. (2017). *Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik*. https://www.csis.or.id/uploaded_file/event/ada_apa_dengan_milenial_paparan_survei_nasional_csis_mengenal_orientasi_ekonomi_sosial_dan_politik_generasi_milenial_indonesia_nutulen.pdf (accessed 21 September 2018)

Dwi, A. Zulian I. Korelasi Identifikasi Apatisme Politik Dengan Kebijakan Publik Kota Medan. *Jurnal Power in International Relations*, 3 no. 1 (2018): 29-53. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/PIR/article/view/445/499>

Firmanzah. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor, 2012.

Gallup. *Media Use in Indonesia 2012*. Broadcasting Board of Governor. <http://www.bbg.gov/wp-content/media/2012/10/gallupindonesia-brief.pdf> (accessed 22 September 2018)

Hapsari, D R. Pemanfaatan informasi oleh petani sayuran (Kasus di Desa Ciaruteun Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor) [tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana IPB, 2002

Halim, U. Jauhari, K D. Pengaruh Terpaan Media Terhadap Partisipasi Politik Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Aspikom*, 4 no. 1 (2019): 45-59.

Indikator Politik Indonesia. Internet, Apatisme, dan Alienasi Politik Temuan Survei Nasional. Survei Nasional Juni 2013,2013.

- Juditha, Christiany. Darmawan, Josep J. Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 2 no. 2 2018: 91-105.
- Komisi Pemilihan Umum. *Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak Tahun 2018*.<https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/JAWA%20BARAT> (accessed 11 September 2018).
- Martha, Layung P. Hubungan Penggunaan Sumber Informasi Kampanye dan Partisipasi Politik (Kasus Pilpres 2014 di Kecamatan Cibinong Bogor) [tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana IPB, 2015
- Perangin-angin, LLK & Zainal, M. Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal Aspikom*, 3 no. 4, (2018):737-754.
- Kaplan, AM., Haenlein, M. *User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Majalah Business Horizons, 2010: 69-68
- Katadata. *Media yang paling sering digunakan di Indonesia*.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>. (accessed 11 September 2018).
- Saldana, M., McGregor, S C.& Gil De Zuniga , H. Social Media as a Public Space for Politics: Cross - National Comparison of News Consumption and Participatory Behaviors in the United State and the United Kingdom. *International Journal of Communication* 9 no 23 (2015): 3304 - 3326
- Severin. W.J, Tankard Jr J. W. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa)*. Jakarta [ID]: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Simanjuntak, Susanti A. *Pilkada Serentak, Pembelajaran Demokrasi*. Kompas.com
- <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/13/21060011/pilkada.serentak.pembelajaran.demokrasi> (accessed 13 Februari 2017)