



Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2024

Eka Tri Puspita Sari, Toni Anwar Mahmud*, E. Nita Prianti

Universitas Banten Jaya

Serang, Indonesia

Article History:

Submitted: 01-09-2024

Revised: 01-10-2024

Accepted: 03-10-2024

Abstract

In presidential elections or head of state elections, of course, the people have the right to participate in politics both in voting and being elected. General elections or elections are still considered the most tangible form of public participation in the administration of government. One of them is participation through social media which is often used by teenagers who are also known as beginner voters. With the development of the age, social media has become a part of daily life, especially for the younger generation. This study aims to find out whether there is an influence of social media on the participation of novice voters in the presidential election, to find out how much influence social media has on the participation of the presidential election, and to find out what factors can affect the participation of novice voters in the presidential and vice presidential elections. This research method uses a quantitative method by conducting a survey by distributing a questionnaire in the form of a google form to social media users who follow the social media accounts of the Tangerang Regency General Election Commission (KPU). The sample used consisted of novice voters aged 17-21 years who actively used social media and followed the social media accounts of the General Election Commission (KPU) of Tangerang Regency. Based on the hypothesis test using the F test, $F_{cal} = (0.515) > F_{table} (4.56)$ is obtained, because $F_{cal} > F_{table}$, H_0 is rejected and H_a is rejected with a significance of $0.000 < 0.05$. So it can be interpreted that simultaneously (Together) there is a positive and insignificant influence between the variables of Social Media and Beginner Voters on the Presidential and Vice Presidential Elections.

Keywords:

Social media, beginner voter's participation, presidential election

*Corresponding Author:

Toni Anwar Mahmud

Universitas Banten Jaya, Serang, Indonesia

Email address: tonianwarm@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem demokrasi, sehingga substansi dasarnya berupa kekuasaan dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Menurut Huda (2011) Indonesia merupakan negara yang menerapkan sistem pemerintahan dengan konsep demokrasi paling ideal dari negara modern, yaitu sistem pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Dapat dikatakan segala hal bentuk pemerintahan yang menentukan nya adalah rakyat dan dilaksanakan untuk kesejahteraan rakyat. Sebagaimana dikatakan Budiardjo (2008), masyarakat mempunyai peran yang besar dalam menentukan arah dan tujuan negara. Sebab, kedaulatan sepenuhnya berada di tangan rakyat. Sementara itu, tugas negara (pemerintah) adalah melayani kepentingan rakyat. (Hidayat, 2021)

Pada negara demokrasi, pemilihan Presiden dinilai penting karena pemilihan Presiden merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi. Penyelenggaraan pemilu yang demokratis dalam kegiatan pemilihan Presiden juga memerlukan partisipasi aktif dari masyarakat. Dalam kegiatan Pilpres atau pemilihan kepala negara serata kepala pemerintahan, rakyat memiliki hak untuk

dapat berpartisipasi dalam politik baik dipilih maupun memilih.

Pemilihan umum atau pemilu merupakan salah satu bentuk partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan suatu pemerintahan. Memberikan sosialisasi dan memberikan pemahaman penyelenggaraan pemilu salah satunya dapat dilakukan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial salah satu pilihan dominan yang digunakan oleh kalangan remaja dimana mereka termasuk kelompok pemilih pemula.

Pemilih Pemula merupakan kelompok pemilih yang baru pertama kalinya hendak memberikan hak suaranya dalam pelaksanaan Pemilu. Sebagaimana dinyatakan pada Modul Pemilu Untuk Pemula Komisi Pemilihan Umum (KPU) Tahun 2013, yang termasuk ke dalam kategori Pemilih Pemula adalah warga negara yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya di dalam kegiatan pemilu. Mereka bisa berasal dari Warga Negara Indonesia (WNI) genap berusia 17 tahun atau belum berusia 17 tahun tetapi sudah pernah menikah (Modul Pemilu Untuk Pemula KPU, 2013). Pemilih yang belum berpengalaman umumnya sangat terkesan dengan kemajuan teknologi informasi dan memanfaatkan dengan baik alat-alat

teknologi canggih mulai dari telepon seluler, laptop, tablet, dan berbagai perangkat lainnya. (Chandra Bayu, 2020)

Fenomena terkait pemilu di tahun 2024 yang mayoritas calon pemilihnya adalah generasi Z atau bisa disebut sebagai pemilih pemula. Jika pemilihan umum (pemilu) didominasi oleh pemilih pemula, terutama dari generasi muda atau generasi Z, ini dapat memiliki dampak signifikan pada dinamika pemilihan dan prioritas isu-isu yang muncul. Pemilih pemula, terutama Generasi Z, cenderung responsif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, kampanye politik perlu memanfaatkan inovasi teknologi untuk berkomunikasi dan terlibat dengan pemilih pemula.

Globalisasi dan arus teknologi memaksa Indonesia untuk dapat beradaptasi dengan teknologi dan akses terhadap Internet. Sejak kelahirannya, Internet menjadi bagian kehidupan dan menjadi perhatian seluruh masyarakat. Media sosial merupakan salah satu bentuk dari pendayagunaan Internet yang berdampak besar bagi secara global. Belakangan ini, media sosial telah membawa dimensi baru dalam kehidupan. Segala hal, dimulai dari hal kecil hingga besar, baik ekonomi, sosial,

lingkungan hidup atau bahkan politik. (Ahmad, 2023)

Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet, yakni pengguna dapat dengan cepat dan mudah berperan serta, menciptakan konten seperti jejaring sosial, blog, wiki, forum dan dunia maya. Penilaian lain mengungkapkan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang menjunjung tinggi kerja sama sosial serta forum jejaring sosial dengan penggunaan teknologi berbasis web yang kemudian membentuk komunikais kepada dialog interaktif. (Yusran & Sapar, 2022)

Pemilih pemula sering aktif di media sosial, kampanye politik akan lebih fokus pada pemasaran digital, dengan menggunakan platform-platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok untuk mencapai pemilih pemula yang mempunyai pemahaman lebih baik tentang teknologi. Oleh karena itu, kampanye mungkin akan lebih cenderung mengadopsi inovasi teknologi, seperti penggunaan aplikasi seluler untuk mendaftar pemilih atau berkomunikasi langsung dengan pemilih.

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini lokusnya berada di Kabupaten Tangerang. Adapun waktu penelitian pada bulan Maret 2024 sampai Juni 2024. Partisipan pada penelitian kali ini yaitu pemilih pemula dengan usia 17-21 tahun yang mengikuti akun media sosial milik Komisi Pemilihan Umum (KPU). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei yaitu peneliti menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generasikan. (sugiyono (2018, 2018)

Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Muslimin, 2021). Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, dapat berupa orang atau wilayah. Populasi atau *universe* adalah jumlah total unit analisis yang karakteristiknya diperkirakan. Jadi populasi dalam suatu penelitian yaitu keseluruhan sumber data atau subjek penelitian atau sumber-sumber yang menjadi tempat akan diperoleh data. (Adhi et al., 2020). Populasi yang dijadikan sebagai responden oleh peneliti adalah pengikut (*followers*) media sosial milik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Tangerang sebagai pemilih pemula dengan usia 17- 21 tahun pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yaitu berjumlah 857 orang per 25 Mei 2024.

Sampel adalah Sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penelitian sampel dilakukan apabila peneliti bermaksud untuk menggeneralisasi hasil penelitian. (Adhi *et al.*, 2020)

Menurut Suharsimi Arikunto bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25 %

atau lebih, tergantung setidaknya-tidaknya dari: kemampuan tenaga, dana, dan waktu peneliti; sempit-luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena berkaitan dengan banyak atau sedikitnya data; besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Oleh karena itu, sebaiknya penentuan sampel dari suatu populasi adalah sebagai berikut:

- a. Populasi dibawah 50 orang diambil semua.
- b. Populasi anatar 50-100 = 50%.
- c. Populasi antara 100-300 = 25%
- d. Populasi antara 300-500 = 10-20%
- e. Populasi 500-keatas diambil = 5-15%.

(Adhi *et al.*, 2020)

Untuk menentukan sampel yang diambil yaitu peneliti menggunakan teori Arikunto yang dimana apabila populasi 500 keatas maka diambil 5-15%. Sampel yang diambil dalam penelitian ini 15 % dari 857 orang yaitu 128,5 orang. Agar memudahkan perhitungan, maka dibulatkan menjadi 130 orang.

Adapun teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan angket. Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan terhadap berbagai fakta yang diperlukan peneliti. Observasi adalah dasar ilmu pengetahuan, karena para ilmuan bekerja

berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang dihasilkan melalui kegiatan observasi. (Sugiyono, 2014:226). Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh secara tidak langsung yang diajukan kepada subjek penelitian. (Sugiyono, 2007:329). Studi dokumentasi pada penelitian dilakukan untuk mencari berbagai data mengenai pengaruh media sosial bagi pemilih pemula di Kabupaten Tangerang. Angket merupakan suatu daftar pertanyaan yang sebelumnya telah disiapkan peneliti untuk diberikan kepada responden. Isi dari daftar pertanyaan-pertanyaan merupakan berbagai pertanyaan yang hasil jawabannya digunakan untuk dapat menyelesaikan masalah penelitian. Penggunaan skala pada penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Media Sosial terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024

Mengacu pada dari hasil analisis regresi menemukan, Media Sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di Kabupaten Tangerang. Semakin baik Pengaruh Media Sosial semakin tinggi minat pada Pemilihan Presiden. Pengaruh Media Sosial, salah satu faktor yang perlu diperhatikan pada era saat ini karena memiliki peran yang cukup signifikan pada setiap tahapan pemilihan.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t
		B	Std. Error	Coefficients Beta	
1	(Constant)	35.412	4.700		7.535
	Pengaruh Media Sosial	-.043	.077	-.046	-.555
	Partisipasi Pemilih Pemula	.059	.077	.064	.767

a. Dependent Variable: Pemilihan Presiden

Penilaian Pengaruh Media Sosial terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden meliputi Konten, Informasi, Interaksi, Sharing dan Koneksi. Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,555 dengan signifikansi sebesar 0,580. Bermakna pengujian hipotesis 2 diterima, Dengan demikian variabel Media Sosial (X_1) secara parsial

berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pemilihan Presiden.

Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan Fahresi, (2022) Pengaruh media sosial Instagram akun Instagram @ermansafar terhadap partisipasi politik generasi milenial Bukittinggi pemilihan Walikota Bukittinggi 2020.

2. Pengaruh partisipasi pemilih Pemula terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024

Hasil pada analisis regresi menunjukkan bahwa partisipasi pemilih pemula berpengaruh positif 0,05 signifikan terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Semakin tinggi partisipasi pemilih pemula, berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di Kabupaten Tangerang.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t
		B	Std. Error	Coefficients Beta	
1	(Constant)	35.412	4.700		7.535
	Pengaruh Media Sosial	-.043	.077	-.046	-.555
	Partisipasi Pemilih Pemula	.059	.077	.064	.767

a. Dependent Variable: Pemilihan Presiden

Penilaian Partisipasi Pemilih Pemula terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden meliputi Kognitif (Pengetahuan), Afektif (Perasaan) dan Behavioral. Pengujian hipotesis

menghasilkan nilai t hitung sebesar 0.767 dengan signifikansi sebesar 0,444. Pengujian hipotesis 2 bermakna diterima. Dengan demikian variabel Pemilih Pemula (Y_2) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pemilihan Presiden.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Henry et al., (2020) Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pilkada Tahun 2020 Di Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur.

3. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pemula pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024?

Faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden adalah:

- 1) Program-program kerja yang ditawarkan oleh Presiden dan Wakil Presiden

Ketika para calon Presiden dan Wakil Presiden mengajukan program kerja yang menjawab permasalahan yang dianggap

terkini dan masih terjadi, masyarakat secara umum semakin tertarik dan antusias untuk memilih calon pemimpin (Presiden). Tentu saja program-program yang ditawarkan oleh didasarkan pada kebutuhan masyarakat, dan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

- 2) Citra sosial Presiden dan Wakil Presiden

Publik biasanya fokus pada rekam jejak calon politik, baik dari segi apa yang telah mereka lakukan, baik positif maupun negatif. Citra sosial ini mempengaruhi cara masyarakat memandang kandidat dan dapat mempengaruhi dukungan yang mereka terima dalam pemilihan umum. Kandidat yang berhasil membangun citra sosial yang positif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kandidat tersebut dan mendapat lebih banyak dukungan dalam pemilu.

- 3) Latar belakang seorang Presiden dan Wakil Presiden

Masyarakat Indonesia memiliki keragaman suku, budaya, ras serta agama. Namun sayangnya, ketika memilih politisi, banyak orang yang masih mempertimbangkan pemimpin berdasarkan latar belakangnya, termasuk agama.

4) Isu-isu Epistemik

Isu epistemik menjadi isu dalam kampanye pemilu karena dapat memacu rasa ingin tahu masyarakat dan daya jual untuk memilih hal-hal baru, meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang berkeadilan, jujur, dan bermartabat. Untuk membuat masyarakat ingin mengetahui banyak hal tentang hal baru dan untuk menaikkan derajat masyarakat menjadi lebih baik lagi. (Sinuraya; & Fadillah, 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian serta pembahasan terkait pengaruh media sosial (X) dan Partisi Pemilih Pemula (Y1) terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Y2) pada Media Sosial KPU Kabupaten Tangerang, kesimpulan yang dapat penuli sampaikan adalah:

1. Pemilihan Umum merupakan suatu sarana pelaksanaan bagi kedaulatan rakyat pada negara yang menganut Sistem demokrasi. Sistem pemilihan Umum dalam Konstelasi ketatanegaraan Indonesia, berdasarkan asas jujur, adil, langsung, umum, bebas, dan rahasia masih perlu upaya peningkatan kualitas pada pelaksanaannya. Kesetaraan menjamin adanya kemerdekaan dalam berpikir, bersikap, serta bertindak yang disertai adanya tanggung jawab yang berkeadilan dalam penyelenggaraan pemilu.
2. Media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden KPU Kabupaten Tangerang. Semakin tinggi pengaruh media sosial, maka Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden akan semakin meningkat. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh

nilai thitung variabel Media Sosial (X_1) sebesar 0,555, sedangkan nilai t tabel sebesar 7,535. Maka dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai signifikansi $0,580 > 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan “Pengaruh Media Sosial terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024” diterima berdasarkan hipotesis.

3. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan Partisipasi Pemilih Pemula terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di KPU Kabupaten Tangerang. Bermakna semakin baik Partisipasi Pemilih Pemula maka Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden akan semakin meningkat. Dimana hasil uji t diperoleh nilai thitung variabel Pemilih Pemula (Y_2) sebesar 0.767, sedangkan nilai t tabel sebesar 7,535. Maka dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai signifikansi $0,444 > 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan “Pengaruh Partisipasi Pemilih Pemula terhadap Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi et al., 2020. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Ahmad, F. M. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik*.
- Chandra Bayu. (2020). Pengaruh Debat Calon Presiden/Wakil Presiden Terhadap Preferensi Pemilih Pemula Pada Pilpres 2019. *Jurnal Translitera*, 9(1), 9–21.
- Hidayat, S. (2021). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilu Tahun 2019 (Studi Kasus di Desa Lubuk Lancang Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Fatah ...*, 2019, 1–53.
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Sinuraya, C. A. N. P. Y. E. P., & Fadillah, A. S. R. N. P. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Masyarakat Pada Pemilihan Umum (Studi Kasus Pada Pemilihan Umum Presiden Indonesia Tahun 2014). *Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 1–16. <https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>

sugiyono (2018, P. 13. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

Yusran, I. I., & Sapar. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024. *Darma Agung*, 30(1), 187–203.