

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menjunjung tinggi kebebasan hak asasi manusia dan mengemukakan pendapat di muka umum kebebasan berpendapat di Indonesia dilindungi oleh undang-undang. Oleh karena itu masyarakat Indonesia mempunyai hak untuk menyampaikan aspirasi, menuntun dan mendukung kebijakan pemerintah, serta melakukan kontrol terhadap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Dalam negara demokrasi inilah pemilih umum atau pemilih masih dianggap sebagai bentuk partisipasi masyarakat yang bentuknya paling konkret dalam penyelenggaraan pemerintahan. Partisipasi politik dapat dilaksanakan karena adanya kesadaran masyarakat bahwa pemilihan umum merupakan sarana mewujudkan asas kedaulatan rakyat yang dimiliki oleh setiap warga negara. Dengan melaksanakan kedaulatannya secara maksimal maka akan tercipta hubungan antara pemegang kekuasaan dan pelaksanaan kekuasaan yang lebih erat di suatu sisi, sedangkan di sisi lain akan terwujud makna demokrasi yang menyatakan bahwa kekuasaan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Yang salah satunya yaitu bentuk partisipasi melalui media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan muda yang dapat dikatakan sebagai pemilih pemula.

Negara demokrasi memilih pemimpin melalui pemilu dengan memberikan hak dan kewajiban setiap warga Negara untuk memilih wakilnya. Pemilihan presiden merupakan pemilihan umum yang dilakukan untuk memilih presiden dan wakil presiden secara langsung oleh penduduk setempat yang memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelaksanaan pemilu merupakan bukti bahwa kedaulatan ada ditangan rakyat sebagai bentuk partisipasi politik yang terjadi di masyarakat dalam kehidupan politik untuk ikut serta dalam mempengaruhi keputusan pemerintah dan ikut serta dalam memilih.

Sejak berlangsungnya kehidupan manusia, manusia berkomunikasi dengan menggunakan teknologi yang diciptakan dengan akal. Dengan akalnya pula, manusia ingin hidup yang lebih baik, keluar dari masalah, hidup lebih aman, serta menjalin hubungan sosial dengan manusia lainnya. Hingga saat ini, arus teknologi terus melakukan perkembangan dengan berevolusi, salah satu bidang yang perkembangannya sangat pesat yaitu teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini manusia tidak bisa lepas dari peran teknologi komunikasi dan informasi.

Pada era zaman sekarang ini memang tidak bisa dipungkiri tentang pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, sehingga masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat dewasa ini. Generasi milenial menjadi kalangan yang paling terpengaruh dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut ditandai juga berkembangnya jenis-jenis media, yang dikenal dengan istilah media baru. Salah satu bentuk media baru tersebut adalah media sosial.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mempengaruhi perkembangan bentuk-bentuk komunikasi politik, dari yang biasanya dilakukan secara luring, sekarang berkembang ke ranah daring. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dalam aktivitas-aktivitas komunikasi politik adalah Instagram. Mudah-mudahan menggunakan media sosial jenis ini membuat generasi milenial maupun generasi Z menjadikan Instagram sebagai platform utama media sosial mereka ketika menyangkut hal-hal yang terkait dengan kegiatan-kegiatan politik.

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang menggunakan komunikasi menjadi dialog interaktif, media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial diakui memiliki pengaruh yang kuat pada perilaku partisipasi politik, pentingnya mengkomunikasikan aktivitas komunikasi atau gagasan politik inilah yang menjadikan media khususnya media sosial sebagai alat yang sangat penting. Keterkaitan media dan politik menjadi hal yang paling utama karena kita mengetahui bahwa peran media sosial dalam pengaruhnya di dunia politik sangat terkait dengan perilaku politik dan jumlah suara yang didapatkan (Arumsari, 2018).

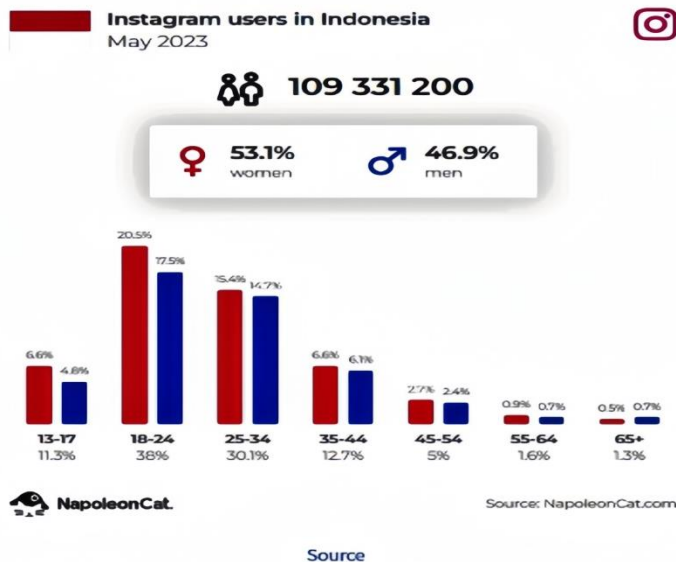
Media sosial dalam komunikasi politik menjadi faktor utama dalam upaya mempengaruhi dan memobilisir persepsi masyarakat, agar berita yang disajikan dapat mengajak masyarakat untuk memilih (Bakhtiyar, 2018). Literasi politik merupakan bentuk pemahaman praktis terkait politik dimana seseorang mengakses dan menggunakan informasi yang didapatkan untuk memilih pemimpin. Pengetahuan untuk memahami pentingnya politik dalam kehidupan bermasyarakatnya. Bagaimana mereka menghadapi isu-isu politik yang marak terjadi pada media, baik isu-isu hoaks, saling menjatuhkan, ataupun isu politik lainnya yang terjadi menjelang pemilu.

Oleh karena itu media sosial berperan penting meningkatkan literasi politik terhadap pemilih pemula yang dimana, pengetahuan memberikan juga soal pentingnya partisipasi atau keterlibatan pemilih pemula untuk memilih dan memilih berdasarkan pertimbangan- pertimbangan yang rasional serta literasi politik juga memberikan kesadaran bagi pemilih pemula terkait maknanya pemilu yang merupakan mekanisme demokratis dalam menentukan pemimpin.

Dalam sebuah perbincangan politik dan dinamika demokrasi di kalangan masyarakat terutama pelajar sebagai pemilih pemula sering mendapatkan informasi dari media sosial terutama pada media instagram, yang dimana saat ini menjadi media yang marak digunakan dikalangan milenial yang dapat menjadi ruang diskusi sekaligus untuk mengekspresikan gagasan-gagasan dan pandangan pribadi. Kebutuhan pendidikan politik menjadi kebutuhan utama bagi pemilih pemula untuk mengetahui sosok dari masing-masing calon pemilu yang akan memimpin Negara.

Pada konteks demokrasi digital saat ini dengan melalui media sosial yang digunakan sebagai indicator partisipasi politik dikarenakan kita dapat mengamati pemilih dengan mengekspresikan opini mereka terkait masalah politik. Salah satu media yang berkembang dan banyak diminati saat ini ialah instagram. Indonesia merupakan pengguna instagram terbesar keempat di dunia. Instagram saat ini menjadi media paling populer di Indonesia dengan berbagai macam fitur yang menjadi daya tarik seperti foto, video, dan lain-lain.

Instagram saat ini menjadi media yang mudah di akses oleh berbagai pihak terutama para pengguna millennial. Saat ini media sosial instagram merupakan salah satu media yang digunakan untuk praktek komunikasi politik oleh aktor-aktor politik. Dan juga digunakan sebagai praktek literasi politik yang membantu generasi millennial untuk mendapatkan informasi terkait politik. Dalam sebuah perbincangan politik dan dinamika demokrasi dikalangan masyarakat terutama pelajar sebagai pemilih pemula sering mendapat informasi dari media sosial terutama pada media instagram yang dimana saat ini menjadi media yang marak digunakan di kalangan millennial yang dapat menjadi ruang diskusi sekaligus untuk mengekspresikan gagasan-gagasan dan pandangan pribadi. Media sosial menjadi sarana paling populer dikalangan generasi millennial terutama pada pemilih pemula yang memanfaatkan media sosial untuk memenuhi rasa ingin tau terkait informasi-informasi politik serta praktik demokrasi di negeri ini (Muchammad Yulianto, 2018).

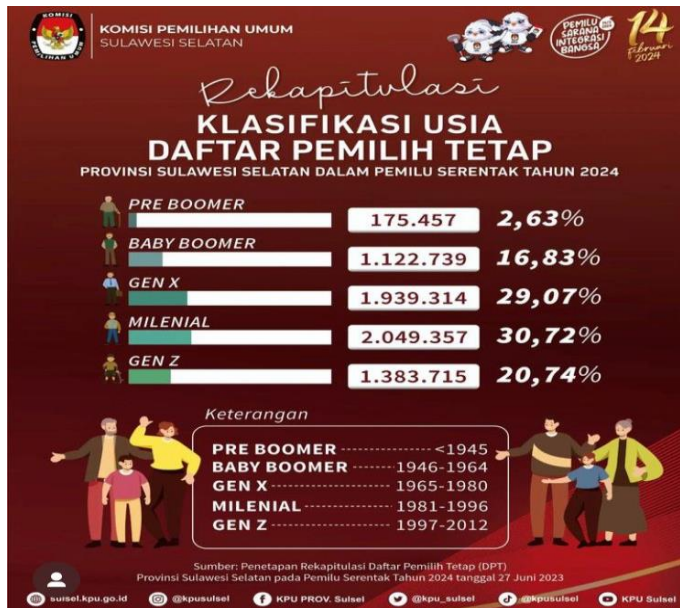


Gambar 1 Pengguna Instagram di Indonesia Website NapoleonCat.com

Menurut laporan dari NapoleonCat. Salah satu perusahaan analisis media marketing yang berbasis di wartawan, Polandia, terdapat 109.331.200 pengguna Instagram di Indonesia pada Mei 2023, yang merupakan 32% dari seluruh populasi. Mayoritas terbanyak penggunaannya yaitu dari kalangan wanita dengan persentase 53.1%. Orang yang berusia 18-24 adalah kelompok penggunaan terbesar (32.000.000). Perbedaan tertinggi antara pria dan wanita terjadi pada orang yang berusia 18 hingga 24 tahun, dimana perbedaannya yaitu wanita lebih banyak 19.100.000 dan pria sekitar 12.900.000. Sebelumnya, berdasarkan data dari NapoleonCat, penggunaan instagram di Indonesia sebanyak 109.311.200 pada tahun 2022 yang mana sangat mengalami kenaikan pengguna pada tahun 2023.



Gambar 2 data KPU Sulawesi Selatan 2024



Gambar 3 data KPU Sulawesi Selatan 2024

Menurut dari data Komisi Pemilihan Umum provinsi Sulawesi Selatan tahun 2024 mengatakan DPT terdapat 6.670.582 orang yang dimana dari seluruh jumlah populasi DPT laki-laki berjumlah 3.244.626 sedangkan perempuan berjumlah 3.425.956, dari beberapa data DPT terdapat 21.414 jumlah pemilih baru, 37.658 pemilih tidak memenuhi syarat, 88.376 dan 194.077 adalah pemilih potensial non KTP-EL.

Dilihat dari perbedaan klasifikasi usia DPT mengatakan bahwa kaum Milenial (1981-1996) memiliki jumlah presentase yang besar yaitu 30,72% atau sekitar 2.049.357 orang sedangkan kaum Gen Z (1997-2012) yaitu 20,74% atau 1.383.715 orang dari jumlah presentase tersebut atau total dari seluruh kaum milenial dan gen z adalah 3.433.072, dengan presentase 51,46% oleh sebab itu bahwa kaum muda ataupun pemilih pemula memiliki pengaruh yang sangat besar dalam meningkatkan partisipasi pemilihan presiden dan tidak bisa dipungkiri bahwa kaum muda juga berkaitan dengan media sosial yang dimana pengguna data instagram Indonesia terbesar di nepoleoncat adalah 18-24 tahun.

Dengan melihat penggunaan Instagram yang sangat besar dan data DPT Sulawesi Selatan, hal ini menjadi peluang yang sangat besar, khususnya pada calon-calon yang berkontestasi pada pemilihan presiden di Indonesia. Dan hal itulah yang menarik untuk meneliti pengaruh dari media sosial Instagram terhadap partisipasi politik khususnya mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Instagram dalam penelitian ini sebagai wadah yang dijadikan tempat membangun citra politik serta melakukan kampanye untuk menarik perhatian masyarakat sehingga memunculkan perilaku dalam berpartisipasi. Besarnya pengguna media sosial Instagram seperti yang ditunjukkan Napoleon cat, salah satu perusahaan analisis sosial media marketing yang berbasis di warsawa, Polandia. Yang menunjukkan bahwa penggunaan terbesar Instagram adalah kaum muda, sehingga Instagram bisa memberi pengaruh terhadap tingkat partisipasi kaum muda (mahasiswa) pada pemilihan presiden.

Kita sama-sama mengetahui bahwa para kandidat calon presiden dan wakil presiden pastinya telah paham bahwa masyarakat Indonesia khususnya dari kalangan muda telah melek teknologi . Hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa dengan memanfaatkan media sosial khususnya di Instagram akan berpengaruh bagi perolehan suara pada saat pemilihan umum.

Masing-masing calon punya akun Instagram yang digunakan dalam membangun citra dan melakukan kampanye. Dari semua kandidat calon presiden yang ada pada saat pilpres, semua calon memiliki akun Instagram

pribadi. Lewat akun Instagram pribadi masing-masing calon, mereka membangun citra juga melakukan kampanye untuk memperoleh perhatian dan peluang yang lebih selain lewat akun-akun kampanye milik Tim sukses masing-masing calon. Tidak menutup kemungkinan bahwa pengaruh Instagram ini menimbulkan dampak positif maupun negatif dalam pilpres 2024 terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Peneliti berencana mengambil responden yakni mahasiswa Universitas Hasanuddin, karena mahasiswa unhas memiliki usia 18-25 tahun kaum muda dalam hal ini mahasiswa sangat erat kaitannya dengan media sosial dalam kehidupan sehari-hari terutama media sosial Instagram. Berdasarkan pernyataan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap peningkatan Partisipasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin pada pemilihan presiden 2024”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, agar lebih terarah maka peneliti membatasi fokus penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap peningkatan Partisipasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin pada pemilihan presiden 2024?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk

Mengetahui adanya **“Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap cara memilih mereka pada pemilihan presiden 2024”**, seperti pemberian suara, melakukan diskusi-diskusi politik tentang pasangan calon serta ikut mengkampanyekan salah satu pasangan calon pada Pilpres 2024.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Secara Akademis

Secara akademis, penelitian ini berguna sebagai bahan referensi peneliti lain yang juga mengambil tema tentang pengaruh sosial media instagram terhadap

partisipasi poliitik mahasiswa dan memperluas ilmu mengenai sesuai dengan cakupan penelitian, dan juga diharapkan untuk mengembangkan pemikiran penulis itu sendiri tentang bagaimana digitalisasi poliitik di Indonesia.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan referensi bagi para pembaca untuk mengetahui bagaimana pengaruh instagram terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin.

### **1.5 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Terdapat dua macam hipotesis penelitian yakni hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel yang dipermasalahkan keterhubungannya, sedangkan hipotesis penelitian/hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara variabel yang dipermasalahkan keterhubungannya. Maka peneliti menuliskan hipotesisnya sebagai berikut:

$H_0$ : Media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin;

$H_1$ :Media sosial Instagram berpengaruh terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Keberadaan media sosial telah mengubah cara kampanye politik dijalankan, memengaruhi persepsi public, dan bahkan dapat mempengaruhi hasil pemilihan. Salah satu dampak positif dari penggunaan media sosial dalam pemilu adalah kemampuannya untuk meningkatkan partisipasi politik dan juga kampanye politik dapat dengan cepat menjangkau massa yang lebih luas, serta menciptakan kesadaran politik dikalangan anak muda yang sebelumnya mungkin kurang tertarik atau kurang terlibat. Oleh sebab itu bab ini akan membahas landasan teori yang menjadi pijakan ketika melakukan penelitian.

#### 2.1 Media Sosial

*"Social media is a digital platform that enables its users to interact with each other by communicating and exchanging written, visual and audio information"* (Rice 2016).

Jika diartikan media sosial adalah platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi satu sama lain dengan komunikasi dan pertukaran informasi tertulis, visual dan audio. Hal ini karena fakta bahwa media sosial merupakan program yang bergantung pada internet, yang berarti bahwa distribusi konten dapat dilakukan setiap kali pengguna terhubung dengan koneksi internet.

Pada dasarnya media sosial merupakan bagian dari pengembangan akibat kemajuan teknologi dalam hal ini internet. Internet yang muncul beberapa decade lalu berhasil membuat media sosial berkembang dengan cepat, bahkan tumbuh dengan segala fasilitas atau manfaat baru yang diberikan kepada penggunaannya.

Media sosial merupakan salah satu kanal informasi yang saat ini menjadi alat yang banyak digunakan oleh semua orang di dunia. Pengguna media sosial tidak hanya sebatas pertukaran informasi, tapi banyak sebagian orang menggunakan media sosial untuk kegiatan bisnis dan sosialisasi lainnya. Media sosial hadir sebagai salah satu platform dengan fasilitas yang membuat pengguna dalam hal ini masyarakat dapat melakukan aktifitas sosial (Wasesa, 2011).

*Social media is often misused by the wider community. Such as the spread of false information, distribution and misuse of personal information, as well as several other cases* (Pierre Levy 2019). Mengatakan bahwa media sosial saat ini sering disalahgunakan oleh masyarakat luas seperti penyebaran

informasi palsu, penyebaran dan penyalahgunaan informasi pribadi, serta beberapa kasus lainnya. Oleh karena itu dalam penggunaan media sosial harus berhati-hati dalam mengambil informasi serta menjadi bijak dalam penggunaan media sosial.

Menurut Mayfield (Rudi Rahman, 2017) sosial media dimaknai sebagai suatu format baru dari media online. Berikut ini beberapa indikator yang biasanya terdapat pada media sosial, yakni:

- a. Partisipasi (keikutsertaan),
- b. Openness (keterbukaan),
- c. Conversation (percakapan),
- d. Community (masyarakat),
- e. Connectedness (menghubungkan).

Perkembangan teknologi digital yang banyak digemari oleh kalangan masyarakat dunia saat ini adalah media sosial. Media sosial saat ini merupakan tingkatan tertinggi teknologi digital. Oleh karena itu pengaruhnya pun juga sangat besar, hampir semua dimensi kehidupan manusia tidak luput dari penggunaan media sosial dikehidupan sehari-harinya.

Salah satu dimensi yang berpengaruh yaitu politik, media sosial saat ini dijadikan sebagai jembatan sebagai praktik demokrasi. Media sosial menjadi sebuah alat warga negara dalam partisipasi politik. Warga negara dapat mengekspresikan partisipasi politiknya dalam berbagai macam cara, yang awalnya dalam bentuk kontak fisik, dengan adanya media sosial masyarakat bisa melakukan secara maya-nonfisik.

Adapun karakteristik media sosial sebagai berikut (Ani Mulyati, 2014: 27):

- a. Konten, yang dimaksud ialah konten yang dibagikan kepada khalayak seluas-luasnya dan tidak ada batasannya.
- b. Context, informasi muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada yang menghambatnya, yang dimaksud adalah segala sesuatu postingan yang di share merupakan dari satu jalur tanpa adanya orang lain yang menjadi perantara.
- c. Isi pesan yang disampaikan dilakukan secara langsung dan langsung.

- d. Konten dapat diterima secara dalam jaringan dengan waktu yang singkat dan cepat terjadi penundaan dalam penerimaannya itu tergantung waktu interaksi yang ditentukan khalayak sendiri
- e. Media sosial dijadikan penggunaanya untuk dalam pengaktualisasian diri
- f. Dalam konten media sosial ada beberapa aspek fungsional seperti identitas, interaksi, berbagi (sharing), kehadiran (eksistensi), hubungan (koneksi atau relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

## 2.2 Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 109,3 juta. Instagram terdiri dari dua kata yaitu "Insta" dan "gram". Insta berasal dari kata instan, yang dapat diartikan dengan kemudahan dalam melihat dan mengambil foto. Kata gram berasal dari kata telegram, yang dapat diartikan dengan mengirim sesuatu (foto) kepada orang lain (Agus Hipnuludin, 2019: 12).

Secara sederhana instagram berperan sebagai sarana untuk menangkap gambar atau video, mengeditnya, lalu membagikannya kepada para pemilik akun instagram lain. Kevin Systrom dan Mike Krieger dianggap sukses dalam menciptakan aplikasi social media instagram ini (Enterprise, 2012).

*Instagram is online portable social-organizing administration that empowers clients to take photographs and recordings and offer them on an assortment of long range interpersonal communication stages.* (Quesenberry, 2021:207). Jika dilihat dari pengertiannya maka instagram merupakan suatu wadah untuk mengabadikan photo dan video kemudian membagikannya diberbagai platform jejaring social lainnya yang dilakukan secara online.

### 2.2.1 Fitur-Fitur Instagram

Sama halnya dengan platform media sosial lainnya, instagram juga memiliki beberapa fitur yang menarik. Namun ada juga beberapa fitur yang menarik instagram yang membedakannya dengan media sosial lainnya, yaitu (Saleh et al, 2020):

#### a. Followers

Menjalin hubungan dengan menjadi pengikut maupun diikuti oleh orang lain dalam media sosial instagram.

#### b. Upload Photo

Sarana dalam meng-upload photo maupun video serta saling berbagi dengan orang lain dalam instagram merupakan keutamaan dari instagram.

*c. Filter*

Suatu hal yang membedakan instagram dengan media sosial lainnya adanya filter atau efek photo dan video didalamnya untuk mempermanis photo atau video yang di upload.

*d. Caption*

Photo maupun video yang telah diupload dapat diberikan keterangan mengenai photo atau video tersebut maupun tempat dimana photo atau video yang diambil.

*e. Tagging (@)*

Pengguna dapat menyinggung pengguna lain baik pada foto/video, judul foto/video, maupun dikolom komentar dengan menambahkan tanda arroba (@) didepan username pengguna lain yang ingin di-tag atau disinggung

*f. Geotagging*

Geotag ini berfungsi untuk memberitahukan tempat dimana pemilik akun tinggal.

*g. "also post to"*

Salah satu fitur yang biasa digunakan dalam membagikan photo maupun video mereka bukan hanya di instagram namun dapat juga melalui media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan lainnya

*h. Like (tanda suka)*

Seperti hanya Facebook yang memiliki fitur like. Instagram juga memiliki fitur ini yang dapat digunakan pemilik akun agar dirinya mengetahui berapa dan siapa saja orang yang menyukai unggahan photo atau videonya. Semakin banyak jumlah like pada suatu photo maka photo tersebut akan menjadi semakin populer dikalangan pengguna instagram lainnya.

*i. Explore*

Berbagai photo dan video populer akan masuk dan mudah digunakan dihalaman explore. Jika suatu photo atau video masuk ke dalam halaman tersebut, maka hal tersebut akan memudahkan pengguna lain untuk ikut menyaksikan photo atau video yang populer tersebut. Hal tersebut diyakini dapat meningkatkan followers pada pemilik akun tersebut.

### 2.2.2 Kelebihan Instagram

Ada beberapa kelebihan dari instagram yang membuatnya menjadi menarik untuk para penggunaannya. Menurut (Enterprise, 2012: 3) kelebihan tersebut, yaitu:

- a. Instagram merupakan aplikasi yang didistribusikan secara gratis
- b. Tampilan photo yang di upload akan menjadi semakin menarik dan estetik serta tidak membosankan dengan menggunakan fitur edit photo yang disediakan oleh pihak instagram
- c. Instagram mampu menjadikan seseorang menjadi sangat kreatif dalam menghasilkan photo atau video yang tidak biasa bahkan cenderung unik atau sering disebut instagramable, hal ini dapat menjadikannya si pengguna menjadi populer sehingga memiliki followers yang tidak sedikit. Komunitas yang memiliki minat yang sama juga dapat lebih mudah dalam menjalin koneksi yang pertemanan.

### 2.2.3 Kelemahan Instagram

Selain kelebihan, setiap media sosial juga memiliki kelemahannya masing-masing. Menurut (Nainggolan et al, 2018) terdapat dua kelemahan yang dimiliki oleh instagram, yaitu:

- a. *Spamming*  
Menyampah (spamming) menjadi salah satu kelemahan yang ada di instagram. Bagaimana tidak, orang akan dengan mudahnya memberikan komentar negative bahkan cenderung kasar terhadap apa yang di upload pemilik akun melalui fitur kolom komentar yang tersedia di instagram
- b. Terbuka untuk semua jenis konten  
Akibat dari tidak adanya batasan bagi siapa yang akan menggunakannya, instagram menjadi tidak luput dari konten-konten yang memiliki dampak negative terhadap penggunaannya yang biasa disebar oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Instagram saat ini menjadi media yang mudah diakses oleh berbagai pihak, terutama kaum millennial. Media sosial instagram saat ini menjadi salah satu media yang digunakan untuk praktik komunikasi di berbagai bidang dan juga literasi untuk membantu generasi milenial mendapatkan informasi terkait pemilu (Atika Ratnamulyani,2018).

Pemilu 2024 adalah kesempatan penting bagi Gen Z dan Milenial untuk menentukan arah politik negara, melalui pemilihan calon presiden dan wakil presiden. Pada aktivitas politik, Gen Z dan Milenial sangat aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan pandangan politik mereka. Sehingga kebanyakan pemilih saat ini, lebih banyak menggunakan media sosial dari pada media massa.

Instagram dalam penelitian ini sebagai wadah yang dijadikan tempat membangun citra politik serta melakukan kampanye untuk menarik perhatian masyarakat sehingga memunculkan perilaku dalam partisipasi. Besarnya pengguna media sosial Instagram seperti yang ditunjukkan NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis sosial media marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia, yang menunjukkan bahwa pengguna terbesar Instagram adalah kaum muda sehingga Instagram bisa memberi pengaruh terhadap tingkat partisipasi kaum muda mahasiswa UNHAS.

### **2.3 Konsep Literasi Politik melalui Media**

Literasi diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengolah dan memahami informasi saat melakukan proses membaca dan menulis. Berdasarkan Pasal 1 ayat 4 Undang-undang Nomer 3 Tahun 2017 tentang Perbukuan, literasi dijelaskan sebagai kemampuan untuk memaknai informasi secara kritis, sehingga setiap orang dapat mengakses ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas hidupnya. Literasi politik dalam pemilu diartikan sebagai kemampuan bagi masyarakat untuk mendefinisikan kebutuhan mereka terkait substansi politik terutama terkait pemilu.

Adapun fungsi media sosial dalam literasi politik yaitu yang Pertama, sebagai agen diseminasi informasi tentang proses politik dan kebijakan pembangunan. Kedua, sebagai agen perhatian pandangan, pendapat ataupun sikap masyarakat dalam menghadapi fenomena politik. Ketiga, media sosial menjadi ruang public untuk diskusi dan literasi politik yang bebas. Keempat, media sosial ikut mendorong pemajuan demokrasi dengan menjalankan fungsi control social. Media sosial menjadi sarana paling familier, individu maupun kelompok memanfaatkan media sosial untuk memenuhi rasa ingin tahu dan penasarannya terhadap politik serta praktik demokrasi negeri ini (Muchammad Yulianto, 2018).

Literasi politik ialah kemampuan yang dimiliki setiap individu dalam menghadapi fenomena politik terutama pada era saat ini dengan munculnya information burst era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. Dimana terkadang validitas maupun nilai yang terkandung dalam informasi tersebut masih diragukan. Hal itu merupakan tantangan bagi masyarakat dalam menanggapi berbagai informasi politik yang mereka temukan, khususnya masyarakat yang tergolong sebagai pemilih pemula. Media sebagai agen social yang sangat berpengaruh. Beberapa ahli teori media menyatakan bahwa kekuatan media dapat berkisar dari mendiskreditkan pemimpin politik, menjatuhkan pemerintah dan bahkan memulai atau menghentikan perangkat (Anang Sugeng Cahyono, 2016: 142). Saat ini media sosial digunakan untuk praktek komunikasi politik

oleh actor-aktor politik. Dan juga digunakan sebagai praktek literasi politik yang membantu generasi millennial untuk mendapatkan informasi terkait politik.

Literasi politik erat kaitkannya dengan informasi, bagaimana seseorang dapat menggunakan informasi dengan baik. Politik berhubungan dengan isu-isu yang beredar terutama pada media sosial, sehingga kemampuan dalam mengakses maupun menggunakan informasi adalah hal yang perlu agar tidak terjebak pada informasi hoaks serta isu politik yang tidak benar. Literasi politik mencakup tiga aspek kognitif yang melihat bagaimana seorang individu memanfaatkan suatu informasi politik yang diperoleh, kedua aspek afektif / attitude yakni kemampuan individu dalam menyikapi isu politik disekitarnya, dan ketiga behavior yang melihat kemampuan individu mengekspresikan pemahaman politik dalam kehidupan sehari-hari (Anindya Ambar Wati).

Di era globalisasi saat ini media memiliki peran besar dalam memberikan informasi kepada masyarakat terutama terkait informasi-informasi politik. Dengan adanya media sosial para pengguna dengan mudah mengakses berbagai hal, berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan jejaring social secara virtual dengan pengguna lainnya. Dalam konteks komunikasi politik yang dimana internet menjadi teknologi yang membawa dampak signifikan terkait informasi politik, baik secara Top Down maupun Bottom Up. Konten-konten politik maupun isu-isu politik mampu di temukan dengan mudah pada akun-akun media sosial terutama pada instagram karena mampu dijangkau oleh semua orang yang terhubung pada jaringan internet (Jerry, Efriza, Anwar Ilmar).

Masyarakat bebas dalam berkomunikasi politik bukan sekedar pengetahuan melainkan sikap maupun keterampilan setiap individu dalam hal mencari informasi-informasi yang dibutuhkan terkait politik guna memenuhi rasa ingin tahunya dalam hal sikap politik mereka terhadap hak dan kewajibannya sebagai warga Negara.

## **2.4 Partisipasi Politik**

Ramlan Surbakti (2007), menurutnya partisipasi politik sebagai kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan umum dan ikut serta dalam menentukan pemimpin pemerintahan. Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan (contacting) atau lobbying dengan pejabat daerah atau parlemen, menjadi anggota partai atau salah satu gerakan social dengan kegiatan langsung, dan sebagainya.

Partisipasi politik lebih berfokus pada kegiatan yang dilakukan bukan berfokus pada sikap politiknya, oleh karena itu partisipasi politik bisa diartikan

sebagai peran warga negara dalam proses pemerintahan. Bentuk partisipasi politik ini dapat mempengaruhi jalannya pemerintahan, sehingga secara tidak langsung atau tidak, memang berpengaruh bagi kehidupan masyarakat suatu negara.

Senada dengan pendapat di atas, menurut Rasinski dan Tyler dalam buku Muslim Multi menjelaskan bahwa inti partisipasi politik adalah tindakan masyarakat yang dapat mempengaruhi keputusan politik. Asumsinya orang yang paling tahu tentang keinginan (masyarakat) adalah masyarakat atau individu. Oleh karena itu, partisipasi individu dalam masyarakat sangat berperan dalam menentukan kebijakan-kebijakan pemerintah, yang menyangkut hakikat kehidupan mereka (Muslim Mufti, 2012: 151).

#### a.) Bentuk-bentuk Partisipasi Politik

Partisipasi sebagai kegiatan dibedakan menjadi dua yaitu partisipasi aktif dan partisipasi pasif (Ramlan Surbaki).

1. Partisipasi aktif mencakupi kegiatan warga negara mengajukan usul mengenai suatu kebijakan umum, mengajukan alternatif kebijakan umum yang berbeda dengan kebijakan pemerintah, mengajukan kritik dan saran perbaikan untuk meluruskan kebijaksanaan, membayar pajak, dan ikut serta dalam kegiatan pemilihan pimpinan pemerintahan.

Adapun partisipasi pasif antara lain berupa kegiatan menaati aturan pemerintah, menerima, dan melaksanakan begitu saja setiap keputusan pemerintah.

#### b.) Faktor-faktor Partisipasi Politik

Melihat partisipasi politik seseorang atau kurang berpartisipasi dalam proses politik pastinya mempunyai faktor yang mempengaruhi. Ramlan Surbakti menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya partisipasi politik seseorang (Ramlan):

1. Kesadaran politik, ya itu kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara. Ini menyangkut pengetahuan seseorang tentang lingkungan masyarakat dan politik, serta menyangkut minat dan perhatian seseorang terhadap lingkungan masyarakat dan politik tempat di mana ia berada/hidup.
2. Sikap dan kepercayaan pada pemerintah, yaitu penilaian seseorang terhadap pemerintah: apakah ia menilai pemerintah dapat dipercaya dan dapat dipengaruhi atau tidak.

Kedua faktor diatas bukan faktor-faktor yang berdiri sendiri artinya, tinggi rendahnya kedua faktor itu bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti status social dan status ekonomi, afiliasi politik orangtua dan pengalaman berorganisasi. Yang dimaksud dengan status social ialah kedudukan seseorang dalam masyarakat karena keturunan, pendidikan, dan pekerjaan. Yang dimaksud dengan status ekonomi ialah kedudukan seseorang dalam pelapisan masyarakat berdasarkan pemilikan kekayaan. Hal ini diketahui dari pendapatan, pengeluaran, ataupun pemilikan benda-benda berharga.

Seseorang yang memiliki status social dan status ekonomi yang tinggi diperkirakan tidak hanya memiliki pengetahuan politik, tetapi juga mempunyai minat dan perhatian pada politik, serta sikap dan kepercayaan terhadap pemerintah.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Sepanjang penelusuran penulis mengenai penelitian ini, terdapat tiga pustaka yang peneliti jadikan sebagai instrumen perbandingan. Adapun judul yang hampir serupa yang ditulis oleh:

1. Amirul Hasan dalam dalam skripsinya "Pengaruh Media Terhadap Tingkat Partisipasi Politik". Penelitian ini membahas tentang pengaruh media terhadap partisipasi politik masyarakat Ciputat pada Pilkada Provinsi Banten tahun 2006. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif metode data angka dan observasi lapangan. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Adapun hasil penelitian yang didapatkan ialah adanya pengaruh yang rendah antara media dan partisipasi politik masyarakat Ciputat pada pelaksanaan Pilkada Provinsi Banten tahun 2006 sebesar 12,2%.
2. Afindiary Novalinda Viani dalam skripsinya Media Baru dan Partisipasi Politik "Pengaruh Twitter Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammediyah Surakarta Angkatan 2014". Penelitian ini membahas tentang pengaruh media microbloggingtwitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja dalam pilkada serentak 2015 di kalangan mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2014. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan survei langsung di lapangan. Hasil penelitian yang didapatkan adalah adanya pengaruh positif antara penggunaan media jejaring microblogging twitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta yang artinya terdapat pengaruh penggunaan

microbloggingtwitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja dalam pilkada serentak 2015.

3. Adelia Rorianti dalam skripsinya "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pilgub DKI Jakarta 2017". Penelitian ini melihat pengaruh penggunaan media sosial Instagram dalam wadah perpolitikan pada pilgub DKI Jakarta 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data berbentuk kuesioner. Hasil penelitian yang didapatkan diketahui bahwa media sosial Instagram berpengaruh sangat rendah terhadap partisipasi politik sebesar 10.6% sedangkan 89,4% sisanya merupakan variable lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian.

Dari ketiga rujukan di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Yang dimana peneliti sebelumnya kebanyakan menggunakan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif sedangkan saya menggunakan data kuantitatif yang teknik dasarnya adalah survei dengan cara membagikan kuesioner berupa google form ke individual responden.

Peneliti mencoba meneliti berfokus pada pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin pada pemilihan presiden 2024. Selain itu penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu meliputi ruang lingkup penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang berdomisili Makassar serta proses pengambilan sampelnya pun berbeda.

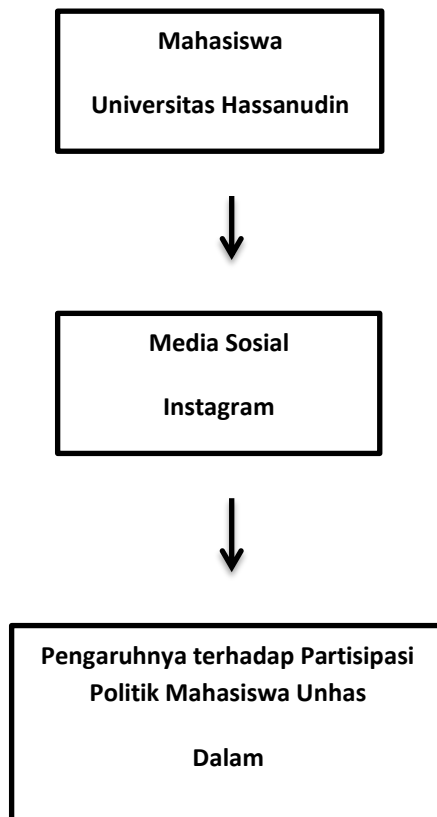
## **2.6 Kerangka Pikir**

Untuk memperjelas penalaran yang menjadi fokus permasalahan terkait penelitian ini maka dibutuhkan kerangka pemikiran sehingga penelitian ini sampai kepala jawaban sementara (Hipotesis). Dalam penelitian ini variabel yang dilihat dan saling mempengaruhi, yaitu Instagram dan partisipasi politik.

Instagram dalam penelitian ini sebagai wadah yang dijadikan tempat membangun citra politik serta melakukan kampanye untuk menarik perhatian masyarakat sehingga memunculkan perilaku dalam partisipasi. Peneliti melihat dengan media sosial Instagram sebagai alat kampanye serta pembentukan citra politik dari para calon presiden dan wakil presiden. Adapun partisipasi politik disini, peneliti melihat keikutsertaan baik aktif maupun pasif dari mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam Pilpres 2024.

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari dan mengidentifikasi pengaruh media sosial instagram dengan partisipasi politik Mahasiswa Universitas Hasanuddin dengan menggunakan analisa kuantitatif. Pendekatan yang digunakan yaitu survei terhadap Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang terkumpul dalam kuesioner. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui pengaruh media sosial instagram terhadap tingkat partisipasi politik Mahasiswa Universitas Hasanuddin pada pemilihan presiden tahun 2024.

## 2.7 Skema Kerangka Pikir



## 2.8 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel penelitian dijabarkan ke dalam konsep yang mencakup indikator-indikator terukur. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menguraikan setiap variabel menjadi indikator yang dapat diamati berdasarkan definisi dan sifat yang telah ditetapkan. Penelitian ini terdiri dari satu variabel

media sosial Instagram dan variabel partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin pada Pemilihan Presiden 2024.

### **Operasionalisasi Variabel Media Sosial Instagram:**

- a. Konten – Calon presiden dan wakil presiden memposting konten kampanye di Instagram, termasuk foto, video, dan unggahan terkait visi-misi mereka.
- b. Informasi – Pesan yang disampaikan oleh pasangan calon melalui Instagram, mencakup program kerja, debat politik, dan informasi pemilu untuk meningkatkan pemahaman pemilih.
- c. Interaksi – Adanya fitur kolom komentar, live session, dan Q&A di Instagram yang memungkinkan mahasiswa berinteraksi langsung dengan calon atau tim kampanye.
- d. Sharing – Aktivitas berbagi konten politik (repost, story, atau tag) oleh mahasiswa untuk menyebarkan informasi terkait pemilu.
- e. Koneksi – Tingkat keterlibatan mahasiswa dalam memberikan like, komentar, atau menyimpan konten politik di Instagram, serta frekuensi mengunjungi akun resmi calon.

### **Operasionalisasi Variabel Partisipasi Politik Mahasiswa Unhas:**

- a. Pemberian Suara – Menggunakan hak pilih dengan memilih salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden pada Pemilihan Presiden 2024.
- b. Kampanye – Menyebarkan dukungan terhadap pasangan calon tertentu melalui unggahan Instagram, seperti membuat konten persuasif atau mengikuti tagar politik.
- c. Diskusi Politik – Melakukan diskusi di kolom komentar Instagram atau platform lain terkait isu pemilu, debat calon, atau kebijakan publik.
- d. Kelompok Kepentingan – Bergabung dalam komunitas atau grup pendukung calon tertentu di media sosial, serta berpartisipasi dalam gerakan politik daring.

Dengan operasionalisasi ini, menjadi dasar dalam penyusunan kuesioner sehingga setiap variabel dapat diukur secara empiris melalui data kuesioner dan memudahkan peneliti dalam menganalisis bagaimana pengaruh Instagram terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Hasanuddin.