

# Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020

Diyah Mustika Anggraeni<sup>1</sup>, Sunarso<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Yogyakarta, Sleman, Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi berjumlah 44.640 pemilih pemula dan sampel berjumlah 269 pemilih pemula. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear. Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial memberikan pengaruh yang signifikan dan positif. Hasil analisis menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel ( $15.356 > 1.968855$ ) serta F hitung lebih besar dari F tabel ( $234,812 > 3,89$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ). Kontribusi yang diberikan persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada tahun 2020 sebesar 46,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether there was an influence on the perception of political campaigns through social media on the political participation of novice voters in the Sleman regency election in 2020. This research uses descriptive method with quantitative approach. The population numbered 44,640 novice voters and the sample numbered 269 novice voters. Data analysis using descriptive statistics and linear regression. The perception of political campaigns through social media has a significant and positive influence. The analysis showed t count greater than T table ( $15.356 > 1.968855$ ) and F count greater than F table ( $234.812 > 3.89$ ) with significance value smaller than alpha ( $0.000 < 0.05$ ). The contribution made by the perception of political campaigns through social media to the political participation of novice voters in the 2020 regional elections was 46.9%, while the rest was influenced by other factors.

## Sejarah Artikel

Diterima : 1 Agustus 2022

Disetujui : 8 Agustus 2022

## Kata kunci:

persepsi, kampanye politik, partisipasi politik, pemilih pemula.

## Keywords:

perception, political campaigns, political participation, beginner

## Pendahuluan

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menjunjung tinggi hak asasi manusia. Hak politik merupakan hak yang bersumber dari martabat serta melekat pada setiap manusia yang dijamin dan dihormati keberadaannya oleh negara dengan tujuan agar manusia bebas menikmati hak politik yang pemenuhannya menjadi tanggung jawab negara (Ansori, 2016:8). Implementasi dari pemenuhan hak politik warga negara adalah dengan menyelenggarakan pemilihan umum secara berkala. Pada tanggal 9 Desember 2020, Indonesia secara serentak mengadakan pemilihan kepala daerah di tiap-tiap daerah. Pemilihan kepala daerah atau Pilkada merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memilih pemimpin daerah. Pemimpin daerah dapat berupa gubernur, bupati, dan wali kota.

Dasar yuridis pelaksanaan pemilihan kepala daerah tercantum dalam Pasal 18 ayat (4) Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa gubernur, bupati, dan wali kota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah provinsi, kabupaten, dan kota dipilih secara demokratis. Pilkada merupakan salah satu perwujudan pelaksanaan demokrasi lokal yang pada prinsipnya diselenggarakan sebagai sarana kedaulatan rakyat, sarana partisipasi masyarakat, memilih pemimpin politik, dan sarana sirkulasi elit pemerintahan (Hertanto, 2021:117).

Pilkada serentak pada tahun 2020 dilaksanakan di tengah pandemi *corona virus disease 2019* (Covid-19), sehingga pelaksanaan Pilkada mengalami berbagai perubahan. Salah satu tahapan yang mengalami perubahan pada Pilkada serentak tahun 2020 adalah kegiatan kampanye politik. Kegiatan kampanye politik yang identik dengan orasi di ruang terbuka harus dibatasi dan dialihkan menjadi kampanye politik melalui media dalam jaringan. Hal tersebut di atur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non alam *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) yang menyatakan bahwa jumlah peserta hadir dalam kampanye paling banyak 50 (lima puluh) orang dan memperhitungkan jaga jarak paling kurang 1 (satu) meter antar peserta kampanye serta dapat diikuti peserta kampanye melalui media daring.

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten yang menyelenggarakan kegiatan Pilkada serentak pada tahun 2020. Hasil perolehan suara Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 tidak dapat memenuhi target partisipasi secara nasional dan menjadi kabupaten dengan tingkat partisipasi terendah di Provinsi Yogyakarta. Pada pelaksanaan Pilkada Kabupaten Sleman pada tahun 2020 di dominasi dengan kampanye politik melalui media dalam jaringan, terutama melalui media sosial. Laporan dari Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa jumlah kampanye politik pasangan calon Kepala Daerah Sleman melalui media sosial sebanyak 1.426 kali sedangkan kampanye politik secara tatap muka hanya sebesar 96 kali. Kabupaten Sleman menjadi kabupaten yang melaksanakan kampanye politik melalui media sosial terbanyak di Provinsi Yogyakarta.

Perubahan bentuk kampanye politik pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 tentunya akan memberikan dampak bagi partisipasi politik masyarakat, terutama terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Partisipasi politik merupakan bentuk kegiatan masyarakat sebagai warga negara dalam bentuk kegiatan politik yang berpengaruh positif atau negatif kepada negara dan masyarakat pada umumnya (Nurcholis & Putra, 2019:200).

Tingkat partisipasi politik masyarakat tidak dapat terjadi begitu saja, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi partisipasi politik masyarakat. Andriyus (2013) menyatakan bahwa partisipasi politik dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berupa tingkat pendidikan, kesadaran politik, maupun faktor ekonomi. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa peranan pemerintah, partai politik, media massa, serta citra kandidat yang akan ikut dalam pemilihan umum (Rosadi, 2019:29).

Pemilih pemula memiliki kedudukan penting dalam sebuah kegiatan pemilihan umum, mengingat jumlah pemilih pemula dalam ajang pemilihan umum selalu konstan, yakni 20% hingga 30% dari jumlah pemilih (Rosadi, 2019:2). Pemilih pemula merupakan pemilih yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum sejak pemilihan umum pertama kali diselenggarakan di Indonesia. Menurut Pasal 19 ayat (1) dan (2) Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang terdaftar oleh penyelenggara Pilkada dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur tujuh belas tahun atau lebih atau sudah pernah kawin. Kategori pemilih pemula mencakup anggota TNI dan Polri yang sudah pensiun dan dinyatakan dapat memilih.

Pemilih pemula yang berusia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih memiliki karakteristik yang unik serta memiliki pengalaman yang masih sedikit mengenai kegiatan politik. Hasil penelitian yang dilakukan Shaleh dan Raihana yang berjudul Efektivitas Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 Pada Era Covid-19 di Indonesia menunjukkan bahwa partisipasi pemilih

pemula memiliki arti penting sebab pada Pilkada tahun 2020 basis pemilih pemula meningkat (Shaleh & Raihana, 2021:6)

Keberadaan kampanye politik melalui media sosial dianggap akan meningkatkan partisipasi politik pemilih. Hal tersebut dikarenakan media sosial melekat dalam kehidupan sehari – hari pemilih pemula. Hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bahwa penggunaan internet pada masyarakat dengan kelompok usia 15 – 19 tahun mencapai angka 91%, kemudian penggunaan internet pada masyarakat dengan kelompok usia 20 – 24 tahun mencapai angka 88.5% sedangkan untuk kelompok usia 25 – 29 tahun hanya berkisar 82.7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun merupakan masyarakat yang aktif dalam menggunakan internet, termasuk di dalamnya terdapat media sosial.

Media sosial memiliki desain yang sederhana dan mudah digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat, sehingga media sosial menjadi media komunikasi yang populer di seluruh lapisan masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai wahana kampanye politik merupakan bentuk lain dari komunikasi politik di era kontemporer sekaligus merupakan inovasi dari penyelenggaraan pendidikan kewarganegaraan di era virtual. Michael Rush dan Phillip Althof memiliki pandangan bahwa komunikasi politik merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik yang mempengaruhi proses sosialisasi politik, partisipasi, dan perekrutan (Rush & Althof, 2008:253).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurcholis dan Putra (2020) menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019. Melalui media sosial, pemilih pemula dapat mengenali calon presiden dan wakil presiden sekaligus dapat menilai gagasan dan program kerja yang diajukan. Kebebasan dalam berekspresi, menyampaikan pendapat, dan berinteraksi dalam penggunaan media sosial adalah wujud nyata dalam demokrasi virtual. Media sosial pada level massa sebagai basis suara kelompok politik, dipakai sebagai alat untuk mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat positif, seperti memberikan pembelajaran, pemahaman luas terhadap kehidupan bernegara dan menyuarakan harapan untuk kehidupan yang lebih baik (Susanto, 2017:388).

Perubahan dari suatu kebijakan yang diikuti oleh suatu fenomena akan menimbulkan dampak dan memunculkan berbagai macam persepsi dari masyarakat terkait fenomena tersebut. Fenomena perubahan metode kampanye politik akan memunculkan berbagai macam persepsi dari masyarakat. Persepsi masyarakat tentang pelaksanaan kampanye politik melalui media sosial akan menimbulkan berbagai macam reaksi dan perubahan perilaku masyarakat. Ramlan Surbakti menyatakan bahwa suatu tindakan dan keputusan politik tidak hanya ditentukan oleh fungsi yang melekat pada lembaga yang mengeluarkan keputusan, tetapi juga dipengaruhi oleh kepribadian yang berupa keinginan dan dorongan, persepsi dan motivasi, sikap dan orientasi, harapan dan cita-cita, ketakutan dan pengalaman masa lalu individu yang membuat keputusan tersebut (Surbakti, 2010:168).

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 dan seberapa besar pengaruh tersebut. Hipotesis yang pertama adalah terdapat pengaruh antara persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Hipotesis kedua adalah persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial memberikan pengaruh lebih besar dari 40%.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:7).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Sleman yang baru pertama kali mengikuti umum dan berusia 17 tahun hingga 19 tahun pada saat pelaksanaan Pilkada tahun 2020. Secara keseluruhan populasi penelitian berjumlah 44.640 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus Issac dan Michael. Sampel penelitian berjumlah 269 orang yang berasal dari 17 kecamatan di Kabupaten Sleman.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yakni dengan cara konvensional atau langsung serta dengan cara non konvensional dengan melalui google form. Instrumen pengumpulan data terdiri dari 38 pernyataan yang penilaiannya menggunakan skala Likert dengan lima alternatif pilihan jawaban. Instrumen penelitian telah di uji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Penggunaan angket untuk melihat persepsi atau pendapat terkait objek atau masalah, yaitu tentang kampanye politik melalui media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020.

Uji prasyarat analisis menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi sederhana, uji t, dan uji F. Data yang diperoleh melalui angket diubah menjadi bentuk skor. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS Statistic 25. Analisis pada statistik deskriptif dilakukan dengan menentukan distribusi frekuensi, posisi skor numerik yang mewakili seperti nilai tengah, nilai rata – rata, dan nilai yang paling sering muncul.

## Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan terdiri atas 17 (tujuh belas) kecamatan. Jumlah penduduk di Kabupaten Sleman berdasarkan data dari website Data Agregat Kependudukan DIY pada semester I tahun 2020 mencapai 1.082.754 jiwa. Pilkada Kabupaten Sleman pada tahun 2020 diikuti oleh tiga pasangan calon yakni Danang Wicaksana Sulisty berpasangan dengan Agus Choliq, Sri Muslimatun berpasangan dengan Amin Purnama, dan Kustini Sri Purnomo berpasangan dengan Danang Maharsa. Pada Pilkada tahun 2020 tingkat partisipasi masyarakat Kabupaten Sleman sebesar 75,82% dengan presentasi suara sah sebesar 93,71%.

Hasil penelitian melalui penyebaran angket kepada 269 responden di Kabupaten Sleman, menunjukkan karakteristik yang beragam ditinjau dari pola penggunaan media sosial dan jenis media sosial yang digunakan.

Tabel 1  
*Pola Penggunaan Media Sosial*

Pola Penggunaan Media Sosial	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Aktif	259	96%
Pasif	10	4%
Total	269	100%

Tabel 2  
*Jenis Media Sosial yang digunakan Responden*

Jenis Media Sosial	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Instagram	253	32,07%
Facebook	117	14,83%
Twitter	128	16,22%
Youtube	164	20,79%
Tik Tok	127	16,10%
Total	789	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 259 orang atau 96% responden merupakan pengguna media sosial yang aktif, sedangkan sisanya sebesar 10 orang atau 4% responden merupakan pengguna media sosial yang pasif, namun tetap memiliki media sosial. Penggunaan jenis media sosial yang beragam menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki ketertarikan terhadap berbagai jenis media sosial. Hal tersebut menandakan bahwa pemilih pemula merupakan generasi yang melek akan teknologi dan kemajuan jaman. Keadaan tersebut dimanfaatkan oleh kandidat kepala daerah untuk meraih popularitas dengan membuat konten kampanye kreatif di media sosial yang diharapkan dapat menarik simpati kalangan pemilih pemula. Pemilih pemula memiliki karakter terbuka dengan berbagai informasi yang ada serta merupakan kalangan yang terdidik namun mudah terpengaruh dan memberikan simpati terhadap suatu hal yang membuat mereka tersentuh.

Deskripsi data masing-masing variabel disajikan berupa data yang telah diolah berdasarkan nilai rata – rata, nilai tengah, dan nilai yang paling sering muncul. Data variabel persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial diperoleh melalui angket yang terdiri dari 19 butir pernyataan dengan menggunakan 5 alternatif jawaban yang memiliki skor tertinggi lima dan skor terendah adalah satu. Berdasarkan analisis data variabel persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial dengan menggunakan program komputer *SPSS Statistic 25* diperoleh skor tertinggi 95 dan skor terendah 19; dengan nilai rata – rata 60, nilai tengah sebesar 60, dan nilai yang paling sering muncul adalah 57.

Data variabel partisipasi politik diperoleh melalui angket yang terdiri dari 19 butir pernyataan dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang memiliki skor tertinggi lima dan skor terendah adalah satu. Berdasarkan analisis data variabel partisipasi politik dengan menggunakan program komputer *SPSS Statistic 25* diperoleh skor tertinggi 82 dan skor terendah 39; dengan nilai rata – rata 61, nilai tengah sebesar 62, dan nilai yang paling sering muncul adalah 52.

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan analisis data. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan uji linearitas. Pada uji normalitas untuk variabel persepsi tentang kampanye politik dan partisipasi politik diketahui bahwa angka signifikansinya adalah 0,200 yang artinya variabel terdistribusi dengan normal. Hasil uji linearitas instrumen dapat diketahui bahwa angka signifikansi menunjukkan 0,384 yang dapat dinyatakan lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar variabel, sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan.

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Adapun hasil penelitiannya adalah sebagai berikut.

Tabel 3  
Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		b	Std. Error	Beta		
1	(constant)	38,400	1,535		25,010	,000
	Kampanye	,378	,025	,685	15,356	,000

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai koefisien regresi persepsi tentang kampanye politik sebesar 0,378 yang bernilai positif sehingga persamaan regresi sederhana yang dinyatakan sebagai berikut,  $Y = 0,378X + 38,40$ . Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial naik satu satuan maka partisipasi politik naik sebesar 0,378 satuan. Nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel di atas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji t yang telah dilakukan melalui aplikasi *SPSS Statistic 25* menunjukkan bahwa t hitung memiliki angka sebesar 15,356 sedangkan nilai t tabel dengan alpha 5% dan jumlah sampel n dikurangi k jumlah variabel adalah 1,968855. Dengan demikian t hitung lebih besar dari t tabel ( $15,356 > 1,968855$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Pengujian hipotesis menggunakan uji F menunjukkan angka 234,812 yang artinya lebih besar dari nilai F tabel yakni sebesar 3,89. Nilai signifikansi F pada tabel hasil pengujian hipotesis menunjukkan angka 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien determinasi atau R square dalam hasil uji hipotesis penelitian ini adalah 0,469. Dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial berpengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 sebesar 46,9%, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan dengan menggunakan analisis regresi sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_1$  dan  $H_2$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial memberikan pengaruh terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 dan besarnya pengaruh lebih dari 40%.

Kampanye politik merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dalam menentukan pilihan politiknya. Kampanye politik juga merupakan bentuk lain dari komunikasi politik. Pada masa kampanye politik masing-masing calon kepala daerah akan mempromosikan dirinya serta mendekati diri kepada masyarakat dengan tujuan untuk menaikkan popularitas serta menarik perhatian masyarakat. Kegiatan kampanye dapat disamakan dengan kegiatan mempromosikan sebuah produk yang bertujuan agar masyarakat memilih produk tersebut. Masyarakat biasanya cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan kualitas dari produk itu sendiri. Oleh karena itu, dalam setiap kegiatan kampanye politik calon kepala daerah akan membangun citra politik yang baik dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Pada masa kampanye politik masing-masing calon kepala daerah akan mempromosikan dirinya serta mendekati diri kepada masyarakat dengan tujuan untuk menaikkan popularitas serta menarik perhatian masyarakat. Terdapat empat indikator dalam kegiatan kampanye politik, yang pertama menjelaskan latar belakang kandidat. Kedua, menjelaskan prestasi yang dimiliki kandidat. Ketiga, menjelaskan program yang akan dilaksanakan kandidat. Keempat, menarik perhatian

khalayak. Pelaksanaan kampanye politik dapat dilakukan dengan berbagai macam bentuk, salah satunya melalui media dalam jaringan yang berupa media sosial (Pangestu, 2020:17).

Media sosial dinilai efektif untuk membangun citra politik calon kepala daerah. Fitur media sosial yang mudah di akses oleh seluruh lapisan masyarakat menjadikan media sosial sebagai media favorit masyarakat. Keberadaan media sosial sangat membantu dalam pelaksanaan kampanye politik. Media sosial berguna sebagai media promosi digital yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan seluruh wilayah tanpa ada batasan tertentu. Hal tersebut dimanfaatkan oleh calon kepala daerah untuk membangun citra politik yang baik dengan jalan aktif membagikan prestasi, kontribusinya pada daerah serta membagikan latar belakangnya. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengetahui latar belakang dan prestasi calon kepala daerah melalui media sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra (2020:193) yang mengungkapkan bahwa pemilih pemula merupakan pengguna aktif media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Kemudahan dalam mendapatkan informasi pemilihan umum diharapkan dapat merepresi angka golongan putih atau golput, khususnya untuk kalangan pemilih pemula yang masih awam terhadap kegiatan politik.

Pemanfaatan media sosial oleh calon kepala daerah tidak hanya sebatas untuk memperkenalkan diri mereka, melainkan juga untuk menyebarkan program unggulan jika terpilih menjadi kepala daerah. Hasil penelitian menunjukkan jika media sosial menjadi sumber informasi bagi responden dalam mengetahui program kerja yang diusung oleh pasangan calon kepala daerah. Artinya, media sosial bukan hanya mampu membangun citra politik tetapi juga meningkatkan pengetahuan politik para pemilih pemula. Pengetahuan politik tersebut yang akan menjadi bekal ketika berpartisipasi dalam berbagai macam kegiatan politik. Pada dasarnya pengetahuan politik merupakan landasan bagi seseorang dalam menentukan perilaku politik, hal ini dapat dijelaskan dalam teori behavioralisme. Paham behavioralisme menitikberatkan perhatian pada tindakan politik individu yang menonjolkan sejauh mana peranan pengetahuan politik seseorang sehingga terpengaruh pada perilaku politiknya (Cholisin & Nasiwan, 2012:33).

Penggunaan media sosial sebagai media kampanye politik memberikan kesan yang positif bagi kalangan pemilih pemula. Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik merupakan satu sarana dalam pelaksanaan edukasi politik. Pesan politik yang dibalut dalam bentuk konten kreatif akan memudahkan kalangan pemilih pemula untuk memahami dan menikmati pesan politik tersebut. Pada pelaksanaan Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 telah di dominasi dengan kampanye politik melalui media sosial. Konten kampanye politik yang dimuat berupa penyampaian visi misi, program maupun konten lainnya yang menarik simpati masyarakat. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai kampanye melalui media sosial lebih menarik. Hasil survei Alvara Research Center (2016:15) menunjukkan bahwa generasi muda lebih menyukai topik *entertainment* seperti musik, film, dan olahraga, dibanding topik politik di media sosial. Oleh karena itu, kampanye politik melalui media sosial akan lebih efektif apabila mengemas pesan politik yang akan disampaikan sesuai dengan minat para pemilih pemula.

Penggunaan media sosial sebagai media kampanye politik pernah dilakukan oleh Ridwan Kamil pada saat pemilihan kepala daerah Jawa Barat tahun 2018. Menurut hasil penelitian Abidin dan Cindoswari (2019:46), Ridwan Kamil melakukan *political branding* melalui media sosial Twitter, Instagram, dan Facebook dengan cara menyampaikan informasi pembangunan, rencana pembangunan, laporan aktivitas, serta penyampaian ideologi politik. Selain itu, Ridwan Kamil membangun citranya di media sosial sebagai seseorang yang terbuka dan dekat dengan masyarakat, sehingga masyarakat dengan mudahnya mengenali Ridwan Kamil sebagai sosok calon kepala daerah yang memiliki ciri khas merakyat dan hal itu menjadi pembeda dengan kandidat lainnya.

Kampanye kreatif menggunakan media sosial saat ini tengah diminati oleh masyarakat. Melalui berbagai macam konten kreatif yang unggah di media sosial, suatu pesan politik yang disampaikan akan terasa lebih menghibur, mudah dipahami dan dekat dengan keseharian masyarakat khususnya para pemilih pemula. Kampanye politik melalui media sosial dipandang mampu menumbuhkan minat pemilih pemula akan politik, terlebih untuk menerima pesan politik. Pesan politik yang telah diterima akan ditransformasikan sebagai pengetahuan politik bagi penerima pesan. Sehingga kampanye politik melalui media sosial dapat dimanfaatkan partai politik, sekolah maupun pemerintah sebagai media alternatif dalam menyelenggarakan pendidikan politik guna meningkatkan literasi politik dan mewujudkan partisipasi politik masyarakat.

Partisipasi politik identik diartikan sebagai kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan politik, seperti mengikuti kegiatan pemilihan umum, ikut serta dalam kegiatan kampanye partai politik, maupun menjadi anggota dari suatu partai politik. Miriam Budiardjo menjelaskan bahwa partisipasi politik merupakan kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah (Budiardjo, 2008:367).

Bentuk partisipasi politik yang sering dilakukan oleh masyarakat adalah mengikuti kegiatan pemilihan umum. Pemilihan umum dilaksanakan secara teratur dalam jangka waktu lima tahun sekali. Keberadaan pemilihan umum merupakan ciri khas negara demokrasi, sebab suatu negara dikatakan demokrasi apabila memberikan kesempatan bagi warga negaranya untuk terlibat dalam penentuan kebijakan. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan politik sangat penting bagi kemajuan negara demokrasi.

Pemilih pemula telah aktif berpartisipasi dalam Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 207 responden telah berpartisipasi dalam kegiatan Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 dan sisanya sebanyak 62 responden atau 23,3% responden tidak ikut berpartisipasi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah ikut serta mewujudkan negara demokrasi dengan mengambil bagian dalam penentuan pemimpin. Herbert McClosky menyebutkan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan – kegiatan sukarela dari warga masyarakat dengan mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa dan secara langsung atau tidak langsung dalam proses pengambilan kebijakan umum (Budiardjo, 2008:367).

Keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan pemilihan umum di dorong oleh berbagai macam faktor. Faktor pendorong tersebut dapat berasal dari dalam diri masyarakat itu sendiri maupun dari luar diri masyarakat itu. Faktor keluarga, teman, lingkungan tempat tinggal serta rasa suka terhadap pasangan calon masih menjadi faktor pendorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemilihan kepala daerah, meskipun tidak lagi menjadi faktor utama. Selain itu, adanya kampanye politik melalui media sosial turut serta meningkatkan motivasi pemilih pemula untuk mengikuti kegiatan pemilihan kepala daerah. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Maulida dan Kurniawan (2022) menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh oleh Pemilih pemula melalui media sosial merupakan salah satu faktor pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam pemilihan wali kota Bandar Lampung tahun 2020. Dengan demikian, pemilih pemula dalam menggunakan hak pilihnya didasarkan atas kesadaran diri sendiri sebagai warga negara yang memiliki hak untuk memilih pemimpin serta karena adanya persepsi positif terhadap kampanye politik melalui media sosial.

Partisipasi politik masyarakat tidak hanya sekadar mengikuti kegiatan pemilihan umum melainkan memiliki jangkauan yang lebih luas, seperti mengungkapkan pendapat maupun memberikan kritik terhadap kebijakan negara. Data dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menyuarkan pendapatnya mengenai kebijakan pemerintah. Data hasil penelitian juga menunjukkan jika pemilih pemula yakin bahwa dengan mengikuti pemilihan

kepala daerah akan menentukan kebijakan di masa depan serta adanya harapan mewujudkan Kabupaten Sleman ke arah yang lebih baik. Keadaan tersebut sejalan dengan pendapat Miriam Budiardjo yang menyatakan keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan politik dipercaya akan menimbulkan efek politik atau *political efficacy* (Budiardjo, 2008:368).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula mendapatkan sumber informasi pemilihan kepala daerah dari media sosial, yang artinya media sosial menjadi salah satu elemen pendukung untuk menyukseskan pemilihan kepala daerah. Selain itu, pemilih pemula juga aktif memberikan tanggapan terhadap pelaksanaan pemilihan kepala daerah. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemilih pemula telah menjalankan perannya sebagai warga negara yang baik. Partisipasi yang berkualitas adalah partisipasi aktif, yang menurut Ramlan Surbakti mencakup kegiatan-kegiatan seperti mengajukan alternatif kebijakan umum, mengajukan kritik dan saran perbaikan, dan ikut serta dalam kegiatan pemerintah (Surbakti, 2010:182).

Keberadaan kampanye politik melalui media sosial memunculkan persepsi positif di masyarakat. Media sosial menjadi ruang perantara bagi calon kepala daerah dan masyarakat untuk berinteraksi lebih dalam tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Sukma Alam yang menunjukkan bahwa media sosial membantu dalam menyerap aspirasi dan menghubungkan antara anggota DPRD DKI Jakarta dengan masyarakat. Aspirasi tersebut bisa dilakukan melalui kolom komentar atau *direct message* di media sosial. Karena media sosial sebagai salah satu alat komunikasi dua arah dan bahasa yang digunakan mudah dimengerti masyarakat khususnya anak muda (Alam, 2021:77).

Dengan demikian persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial telah memberikan dampak terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Tujuan utama kampanye politik adalah untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Seseorang akan lebih mudah dipengaruhi apabila menaruh minat yang sama. Maka dari itu pelaku kampanye politik harus mengetahui terlebih dahulu hal – hal yang diminati dan disukai oleh sasaran kampanye politiknya. Penggunaan kampanye politik melalui media sosial akan tepat apabila sasaran utamanya adalah kalangan pemilih pemula yang merupakan pengguna terbesar media sosial. Selain sebagai wahana perebutan suara publik, kampanye politik juga bertujuan sebagai media edukasi politik bagi pemilih pemula agar dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan politik.

Kampanye politik melalui media sosial mampu meningkatkan pengetahuan politik pemilih pemula yang akan berdampak bagi partisipasi politik pemilih pemula. Hasil penelitian Bakhtiar Rosadi tahun 2019 menunjukkan bahwa kampanye politik melalui media sosial mampu meningkatkan literasi politik generasi *milenial*, sehingga berpengaruh terhadap partisipasi politiknya. Pengetahuan politik penting untuk meningkatkan kualitas partisipasi politik seseorang sehingga tidak hanya sebatas menggunakan hak suaranya dalam pemilihan tetapi menjadi golongan partisipan.

Apabila dikaitkan dengan konteks Pendidikan Kewarganegaraan, ikut serta dalam kegiatan pemilihan kepala daerah merupakan perwujudan dari indikasi warga negara yang baik serta muara dari pengajaran Pendidikan Kewarganegaraan. Secara umum upaya untuk meningkatkan pengetahuan politik warga negara adalah melalui pendidikan politik dan pendidikan kewarganegaraan di sekolah. Upaya tersebut dalam konteks partisipasi *elektorasi* merupakan bentuk sosialisasi atau pendidikan pemilih yang memiliki tujuan untuk mengurangi *money politics*, kecenderungan orientasi dan preferensi pilihan politik yang masih emosional, serta tingginya angkat golput dan ketidakpedulian masyarakat terhadap kegiatan pemilihan umum (Sutisna, 2017:145).

Pendidikan politik tidak hanya dilakukan melalui pembelajaran di sekolah, melainkan dapat dilakukan oleh partai politik. Pelaksanaan pendidikan politik dari suatu partai politik bagi masyarakat dapat dilakukan melalui kampanye politik. Selama ini pendidikan politik yang dilakukan di sekolah dan partai politik masih menggunakan metode lama atau metode konvensional yang dianggap kurang

efektif. Oleh karena itu sekolah, partai politik, maupun pemerintah dapat menjadikan media sosial sebagai media alternatif dalam melaksanakan pendidikan politik. Kemudahan dalam mengakses informasi dan pengemasan informasi dalam bentuk yang menarik di media sosial memudahkan masyarakat untuk menerima berbagai macam informasi politik dan membantu meningkatkan literasi politik yang akan menumbuhkan stimulus agar lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik. Selain peran dari kampanye politik melalui media sosial, partisipasi politik masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti keluarga, teman maupun pergaulan di lingkungan.

## Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan persamaan  $Y = 0,378X + 38,40$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Persamaan analisis regresi sederhana tersebut menunjukkan bahwa apabila persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial naik satu satuan maka partisipasi politik naik sebesar 0,378 satuan. Hasil uji t menunjukkan bahwa  $t$  hitung 15,356 >  $t$  tabel 1,968855 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji F diketahui bahwa  $F$  hitung menunjukkan angka 234,812 yang artinya lebih besar dari nilai  $F$  tabel yakni sebesar 3,89. Nilai signifikansi  $F$  pada tabel hasil pengujian hipotesis menunjukkan angka 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian berdasarkan kaidah pengambilan keputusan dalam uji t dan uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi tentang kampanye politik (X) berpengaruh terhadap variabel partisipasi politik (Y).

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,469 sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi yang diberikan persepsi tentang kampanye politik kampanye politik melalui media sosial terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula dalam Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 sebesar 46,9%. Dengan demikian besarnya kontribusi kampanye politik melalui media sosial terhadap politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020 adalah 46,9%, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap partisipasi politik. Variabel atau faktor lain ini dapat berupa dorongan dari keluarga, pengaruh dari teman, tren di lingkungan tempat tinggal, maupun adanya kesadaran dari diri sendiri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_1$  dan  $H_2$  diterima.

## Referensi

- Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9, 1, 67.
- Alvara Researce Center. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millenials*. Jakarta: Alvara Strategi Indonesia.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik*. Jakarta: Gramedia
- Cholisin, & Nasiwan. (2012). *Dasar-dasar ilmu politik*. Yogyakarta: Ombak
- Data Agregat Kependudukan DIY. (2022). *Parameter Statistik*. <https://kependudukan.jogjaprovo.go.id/>. Diakses pada 30 Juni 2022.
- Hertanto, dkk. (2021). *Pilkada di masa pandemi: tantangan dan harapan dari beragam perspektif*. Lampung: CV Anugrah Utama Raharja.
- Maulida, K., & H. R. Kurniawan, & A. Warganegara. (2022). Menakar partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan kepala daerah di masa pandemi covid-19. *Perspektif*, 11, 1, 286-298.

- Pangestu, H. P. (2020). *Pengaruh kampanye politik melalui media sosial instagram terhadap persepsi pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden di kelurahan babakan sari kecamatan kiaracondong kota bandung*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non alam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Putra, T. R., & Ahmad N. (2020). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019: studi pada mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*. 2, 1, 193-222.
- Rosadi, B. (2019). *Pengaruh kampanye politik melalui media sosial terhadap peningkatan literasi politik generasi milenial*. Skripsi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rush, M. & Althoff, P. (2008). *Pengantar sosiologi politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shaleh, A. I. & Raihana. 2021. Efektivitas partisipasi pemilih pemula pada pemilihan kepala daerah tahun 2020 pada era covid-19 di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 2, 11. 1- 6.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami ilmu politik*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3, 3, 379-398.
- Sutisna, A. (2017). Strategi Peningkatan Literasi Politik Pemilih Pemula Melalui Pendekatan Pembelajaran Kontektual. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6, 2. 135 – 146.
- Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

**LEMBAR PENGESAHAN JURNAL**

**Judul** : Persepsi Tentang Kampanye Politik Melalui Media Sosial dan Partisipasi  
Politik Pemilih Pemula Pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020

**Nama** : Diyah Mustika Anggraeni

**NIM** : 18401241057

**Prodi** : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan



Yogyakarta, 3 Agustus 2022

**Reviewer**

Dr. Suharno, M.Si.

NIP. 196804172000031001

**Pembimbing**

Prof. Dr. Sunarso, M.Si

NIP.196005211987021004