

## **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2019 (Studi pada Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**

**Abdullah Sani<sup>1</sup>, M. Yusuf Al-Qardhaw<sup>2</sup>**

Dosen Ilmu Politik FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

<sup>1</sup> Dosen Fakultas Hukum Universitas Jabal Ghafur Sigli.

### **ABTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh media sosial terhadap pemilih pemula pada pemilihan presiden tahun 2019 dan signifikansinya terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Politik Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh. Pemilu adalah sarana sirkulasi kekuasaan dari satu rezim kepada rezim lainnya. Seharusnya sistem demokrasi tidak dimaknai sebagai ajang kompetisi, tetapi sebagai wujud kontestasi untuk memilih dan menentukan *leader* politik yang membawa masyarakat, bangsa, dan negara sesuai tujuan dari konstitusi suatu negara. Masyarakat sebagai penentu arah kebijakan negara dengan suara mereka seharusnya mampu merubah kehidupan politik ke arah yang lebih baik. Keberadaan komponen masyarakat khususnya para pemilih pemula yang persentasenya di atas 50% suara mereka pada setiap kontestasi demokrasi lima tahunan adalah penentu besar lahirnya pemimpin-pemimpin bangsa di setiap level menjadi salah satu suprastruktur politik penting. Mahasiswa adalah komponen bangsa yang merupakan generasi penerus bangsa bukan hanya menjadi *agent of change* di negeri ini, tetapi mereka sebagai lokomotif perbaikan bangsa. Pada pemilu 2019 silam mahasiswa yang memberikan hak politik mereka bukan angka sedikit, diperkirakan tidak kurang 50% suara mahasiswa sebagai penentu lahirnya pemimpin bangsa. Salah satu infrastruktur yang lazim saat ini digunakan oleh mahasiswa sebagai pemilih pemula adalah mediasi sosial. Media sosial dalam varian bentuk informasi yang diterima oleh pemilih pemula mencapai angka 30% hingga 40% persen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019. Mereka menjadikan media sosial sebagai sumber informasi politik yang mudah diakses. Informasi dari media sosial ini mendorong peningkatan partisipasi pemilih pemula untuk mengambil sikap politik mereka terhadap pasangan calon presiden pada pemilu 2019. Para pemilih pemula dapat mengenal dan mengetahui visi-misi yang disampaikan para calon. Hal ini dibuktikan dari saat wawancara hampir semuanya merujuk kepada jawaban bahwa media sosial berhasil mempengaruhi partisipasi mereka sebagai partisipasi pemula. Media sosial terutama Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok sangat mempengaruhi sikap politik mahasiswa Fakultas Ilmu Politik UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada pemilihan presiden tahun 2019.

Kata Kunci: *Media Sosial, Pemilih Pemula, dan Pemilihan Presiden*

### **PENDAHULUAN**

Saat ini media sosial merupakan salah satu instrumen saluran informasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Teknologi yang berkembang semakin memudahkan penggunaan media sosial untuk

berkomunikasi dalam berbagai dimensi kehidupan, antara lain masalah politik, hukum, ekonomi, bahkan dalam hal tindak pidana termasuk tindak pidana dalam pemilu. Perbuatan hukum yang berimplikasi hukum terjadi dalam

<sup>1</sup> Dosen Ilmu Politik FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Hukum Universitas Jabal Ghafur Sigli.

masyarakat bukan hanya dilakukan oleh mereka yang tergolong sudah tua atau yang sudah berpengalaman dalam peristiwa-peristiwa politik, tetapi paling sering dilakukan oleh pemuda-pemudi yang terklasifikasi sebagai pemilih pemula. Para pemilih adalah subjek hukum yang paling aktif menggunakan media sosial dan menjadikannya sebagai sumber informasi utama mereka.<sup>3</sup>

Cara berpikir pemilih pemula sangat ditentukan oleh media sosial, apalagi pada tahun-tahun politik. Informasi yang belum tentu kebenarannya juga menjadi konsumsi pemilih pemula apalagi terkait informasi negatif terhadap calon peserta pemilu tertentu. Hal ini bukan hanya menjadi salah budaya politik dalam membentuk *image* yang tidak baik (*negative campaign*) bahkan hoaks (*black campaign*) kepada lawan-lawan politik mereka.

Pada pemilu 2019 silam terdapat satu narasi yang selalu diperbincangkan oleh banyak pihak termasuk media massa yakni mengenai pemilih milenial yang menguasai 60% (enam puluh) persen suara. Mereka adalah generasi bangsa yang pertama kali menentukan hak politiknya pada pemilu 2019. Pemilih pemula memiliki kedudukan penting dalam sebuah pesta demokrasi mengingat jumlah mereka pada pileg/pilpres selalu konstan, yakni 20% hingga 30% dari jumlah pemilih.<sup>4</sup>

Pemilih Pemula menurut Pasal 1 ayat (28) Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 11 Tahun 2018 tentang Penyusunan Daftar Pemilih Dalam Negeri dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum adalah "Warga Negara yang sudah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah kawin atau pernah kawin". Pemilih pemula ini bukan hanya warga negara yang disebutkan di norma hukum di atas, tetapi termasuk anggota TNI dan Polri yang sudah pensiun dan dinyatakan dapat memilih dengan berdasarkan ketentuan undang-undang pemilu.<sup>5</sup>

Angka pemilih pemula terutama kaum milenial tidak sedikit, mereka umumnya pengguna media sosial, maka karenanya cukup banyak para peserta pemilu yang memanfaatkan media sosial sebagai instrumen kampanye mereka. Menurut data yang ada, pemilih pemula yang menggunakan media sosial umumnya berusia berkisar antara 17-21 tahun. Para pemilih pemula yang angkanya secara keseluruhan mencapai 60%, mengakses berita politik melalui internet itu dalam tiga kategori intensitas, antara lain sebanyak 36% mengakses berita politik melalui internet, namun jarang, sebanyak 22,3% sering mengakses berita politik melalui media sosial dan sisanya 2,3% sangat sering.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Noviyanti, Ubaidullah, Ardiansyah, "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pilpres 2019 di Kabupaten Aceh Utara (Studi Penelitian di Kecamatan Dewantara)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, Volume 6. No. 1 Maret 2021, hlm. 2.

<sup>4</sup> Diah Mustika Anggraeni dan Sunarso, "Persepsi tentang Kampanye Politik melalui Media Sosial dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020," *Jurnal E-CIVICS Student UNY: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum* Vol. 11 No. 03 Tahun 2022, hlm. 19.

<sup>5</sup> H. Basuki Rachmat & Esther, "Perilaku Pemilih Pemula dalam Pilkada Serentak di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015", *Jurnal Ilmu Pemerintahan L/Idyapraja*, Vol XLII No. 2, Tahun 2016.

<sup>6</sup> Ahmad Nurcholis & Tri Rizki Putra, "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019 yang Difokuskan kepada Mahasiswa FISIPOL UGM", *Jurnal PolGov*, Vol. 2 No. 1/2020, hlm.195. Lihat juga: Muhammad Arif Laemang, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak pada Tahun 2020 di

Merespon hal di atas perlu kiranya pemerintah mengatasi peredaran berita atau informasi palsu di media sosial. Tidak kurang 16,8% pemilih pemula sering membicarakan mengenai politik melalui media sosial atau secara langsung. Persentase ini lebih tinggi daripada pemilih usia di atas 24 tahun, hanya 15,1% yang sering berdiskusi politik.<sup>7</sup>

Akibat dari maraknya penggunaan media sosial di Indonesia banyak konten tentang politik yang dibagikan di media sosial apalagi menjelang pemilu. Para politisi memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk melakukan sosialisasi atau kampanye. Selain itu, sebagian besar media memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan artikel atau konten berita untuk dibaca oleh konsumen. Semakin mudahnya mengakses sosial media, semakin mudah pula setiap masyarakat dalam mendapatkan konten tentang politik dan terpengaruh secara langsung.<sup>8</sup> Seperti peristiwa yang memicu perang politik di media sosial. Pendukung Jokowi dan Ma'ruf Amin menilai keputusan politik mereka tepat dan menganggap lawannya pembohong. Namun, pendukung Prabowo juga tak mau kalah argumentasi. Akibat perang politik di media sosial, banyak pemilih pemula yang menjadi *swing voters* karena terpengaruh oleh berita dan sikap politisi di media sosial. Dinamika dibalik pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019 suatu kajian yang cukup menarik dibahas. Hal ini bukan saja media sebagai sarana informasi-

informasi penting terhadap hal-hal baru saja terjadi, tetapi pada tahapan pemilu digunakan oleh peserta pemilu sebagai instrumen kampanye untuk memperkenalkan diri dan visi-misinya. Maka suatu realita empiris pada pemilu 2019 tidak banyak kontestan pemilu memanfaatkan metode kampanye lapangan dengan memobilisasi masyarakat. Bagi peserta pemilu, mereka telah memanfaatkan media sosial sebagai instrumen menyampaikan visi-misinya dan program-program andalan apabila mereka terpilih nantinya.

Mahasiswa adalah warga bangsa yang telah memiliki hak politik mereka yang umumnya sebagai pemilih pemula. Di Fakultas Ilmu Politik UIN Ar-Raniry Banda Aceh paling tidak terdapat 50% pemilih pemula. Mereka masih mudah dipengaruhi oleh kepentingan-kepentingan tertentu, terutama oleh orang terdekat seperti anggota keluarga, mulai dari orangtua hingga kerabat dan teman dan juga media sosial menjadi hal yang dapat berpengaruh terhadap pilihan dari pemilih pemula. Pemilih pemula bisa mencapai 79 juta pengguna aktif media sosial. Oleh karena itu menarik dikaji mengenai: (1) bagaimana pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilu 2019 dan (2) seberapa signifikansinya pengaruh media tersebut terhadap mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif

Kabupaten Barru”, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021, hlm. 4-6.

<sup>7</sup> Devianti Anggraini, Aang Wahyu Ariesta, dan Eka Wenats Wuryanta, “Pengaruh Media Instagram terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019”, *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 11, No. 1, Juni 2022, hlm.5.

<sup>8</sup> Ahmad Nurcholis & Tri Rizki Putra, “Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019 yang Difokuskan kepada Mahasiswa FISIPOL UGM”, *Jurnal PolGov* Vol. 2 No. 1, 2020, hlm.196.

merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa.<sup>9</sup> Boghdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>10</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilu 2019

Media sosial pada umumnya adalah sebuah alat pengakses informasi yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lainnya) sesama pengguna. Kemajuan akan kegunaan media sosial tidak hanya sebagai *platform* komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga digunakan untuk kepentingan khalayak ramai seperti kepentingan politik, pemerintahan, dan lainnya. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial yang paling banyak digunakan di antaranya whatsapp sebanyak 92,1%, instagram sebanyak 86,5%, dan *facebook* sebanyak 83,8%,<sup>11</sup>

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital, salah satunya media sosial. Menurut riset yang dilakukan oleh Hootsuite (*We Are Social*) yang dirilis pada bulan Januari 2019 mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia berada di peringkat kelima yang paling sering menggunakan internet di dunia. Hootsuite (*We Are Social*) mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia per Januari 2019 adalah sebanyak 150 juta orang dengan tingkat penetrasi mencapai 56% dari keseluruhan populasi.

Adapun data yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan Digital 2023 Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, dan diperkirakan akan terus berkembang hingga mencapai 215 juta pengguna pada tahun 2023.<sup>12</sup> Menurut riset yang dilakukan *We Are Social* menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang per Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial bisa mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya.<sup>13</sup> Saat ini, generasi muda sangat ketergantungan terhadap media sosial. Mereka selalu identik dengan smartphone yang hampir 24 jam berada di tangan dan sangat sibuk berselancar di media sosial seakan-akan tidak pernah berhenti. Apalagi kini untuk mengakses media sosial bisa

<sup>9</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2010), hlm.20.

<sup>10</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), hlm.3

<sup>11</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, akses pada 10 Juni 2021.

<sup>12</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

<sup>13</sup> <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Dengan media sosial, generasi muda semakin mudah mengakses ribuan informasi selama terhubung dengan jaringan internet. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia dapat tersebar dengan cepat di media sosial. Persentase pemilihan pada generasi muda menunjukkan sebagian besar sangat setuju jika kandidat politik menggunakan media sosial sebagai sarana untuk kampanye. Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan media sosial ini dapat memudahkan pemilih pemula untuk mengetahui dan menilai para calon kandidat pada saat pemilihan umum dalam penggunaan media sosial itu untuk kampanye politik sebenarnya efektif. Karena kita lebih mudah untuk mempromosikannya karena setiap masyarakat pasti punya media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, tiktok maupun twitter. Kampanye pemilu menggunakan alat peraga kampanye tentu menghabiskan banyak modal, maka opsi yang menguntungkan bagi peserta pemilu adalah memanfaatkan media sosial. Penggunaan media sosial untuk berkampanye atau menyampaikan visi-misi oleh calon tertentu (tim sukses) dapat menguntungkan para kontestan, tetapi di sisi lain lawan politik juga akan menggunakan kesempatan ini untuk menjelek-jelekan lawannya, bahkan tidak tertutup kemungkinan bersifat hoaks atau *black campaign*. Rohim & Wardana mengemukakan bahwa pemilih pemula ini dapat cepat menerima informasi dari internet yang sangat dikuasai oleh generasi muda. Berbagai macam isu politik muncul di berbagai media sosial yang dapat diakses

oleh siapapun terlebih pemilih pemula yang sengaja mencari tahu bagaimana keadaan politik di Indonesia.

Jika dikaitkan dengan partisipasi politik anak muda masa kini lebih terbuka dan dipengaruhi oleh media sosial yang mereka gunakan. Salah satu sebabnya karena intensitas yang besar dalam menggunakan media sosial. Tanpa disadari, sebagian besar kaum muda sudah membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan politik sehingga membuat mereka ingin mengetahui perkembangan politik terkini. Para pemilih pemula ternyata menggunakan media sosial sebagai preferensi untuk memilih dalam pilkada dan pilpres oleh karena aktifitas yang banyak dihabiskan di sosial media.<sup>14</sup> Rendahnya tingkat partisipasi politik dalam suatu negara bisa diupayakan meninggi. Ada beberapa pengaruh yang membuat masyarakat sebagai pemilih memutuskan untuk mengubah keputusannya dari tidak atau enggan untuk berpartisipasi menjadi ikut untuk berpartisipasi, salah satunya media sosial. Pengaruh media sosial terhadap kehidupan manusia sudah sangatlah besar, saat ini media sosial tidak hanya digunakan untuk sekedar meluapkan perasaan saja. Banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebagai media informasi, media pembelajaran bahkan juga banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk berkampanye. Pengaruh partisipasi pemilih pemula tidak terlepas dari bagaimana cara para kandidat menyampaikan informasi kepada pemilih pemula, baik itu kampanye secara langsung maupun dalam bentuk kampanye di media sosial.

Media sosial saat ini telah merubah bentuk dari komunikasi politik pada masyarakat

<sup>14</sup> Wa Ode Mudiani, "Persepsi Pemilih Pemula terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Kampanye pada Pemilu 2024", *Journal on*

*Education* Volume 06, No. 01, September-Desember 2023, hlm. 3273- 3278.

modern. Perkembangan teknologi dalam komunikasi mempengaruhi kehidupan manusia baik dari segi ekonomi, sosial, budaya dan politik. Bidang politik cukup dipengaruhi oleh teknologi komunikasi itu sendiri. Komunikasi sangat penting dan perlu dalam politik dan merupakan bagian dari aktivitas politik itu sendiri. media sosial sebagai produk teknologi komunikasi cukup banyak digunakan dalam kampanye pemilu. Penggunaan media sosial tidak dibatasi oleh bagaimana status sosial seseorang. Media sosial memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan cepat kepada khalayak atau pengguna media sosial lainnya.

Pergeseran era digital saat ini menuntut masyarakat mengikuti arus digitalisasi. Dengan hadirnya media sosial di tengah-tengah masyarakat sangat membantu dalam memperoleh informasi tentang visi dan misi dan bagaimana kampanye yang dilakukan calon kandidat yang hendak dipilih. Masyarakat kini sudah terbiasa dengan mengakses berbagai *platform* informasi di media sosial apalagi pada tahun-tahun politik. Informasi yang disampaikan oleh media massa tentu akan dapat mempengaruhi pilihan politik dari para pemilih pemula yang cenderung menggunakan sosial media. Mahasiswa semester akhir ini menyatakan tertarik kepada salah satu paslon kepada pemilu 2019 karena sering membuka instagram. Melalui instagram ini ia banyak tahu mengenai visi-misi capres sehingga memutuskan memilih Prabowo Subianto saat itu.<sup>15</sup>

Penggunaan media sosial yang tidak selektif memiliki konsekuensi tertentu karena informasi yang disajikan tidak

semuanya memiliki sisi positif, apalagi disampaikan oleh lawan politik tertentu. Informasi dari media sosial penyebarannya berlangsung secara cepat. Media sosial dapat memudahkan pemilih pemula mendapatkan dan membagikan informasi tentang calon kandidat tertentu. Jejaring sosial telah menghilangkan jarak geografis dan psikologis antara calon pemimpin dengan para pemegang suara. Siapapun bisa menyapa dan berkeluh kesah dengan sosok pemimpin yang biasanya seperti menara gading. Mungkin hal inilah yang membuat calon pemimpin yang berkampanye di jejaring sosial menjadi terdongkrak popularitasnya. Sedangkan sisi negatif dari media sosial menunjukkan bahwa bersemayam di dunia maya, siapapun dengan akun anonim dapat melakukan kampanye hitam atau melemparkan isu negatif mengenai calon-calon pemimpin atau partai politik manapun. Dan respon terhadap isu-isu ini juga bisa terjadi dengan sangat cepat, termasuk penyebarannya. Masyarakat lebih berani berkomentar di media sosial, namun tidak berani mempertanggungjawabkan pendapatnya di dunia nyata. Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry lainnya mengemukakan bahwa posisi pertama media sosial yang paling banyak dibuka oleh mahasiswa adalah instagram, twitter posisi kedua dan facebook ketiga.<sup>16</sup>

Jenis media sosial bervariasi, mulai instagram, tiktok, twitter hingga facebook. Para kontestan atau peserta pemilu menggunakan instagram untuk berkampanye cukup tinggi. Mereka menggunakan media ini karena memudahkan menyampaikan materi kampanyenya. Mahasiswa pun memilih

<sup>15</sup> Wawancara Dengan Monica Saiputri Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry pada 5 Desember 2023.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Nurul Raudhah pada 5 Desember 2023.

media ini karena mudah diakses.<sup>17</sup> Media sosial yang tinggi juga penggunaannya adalah facebook. Media ini dimanfaatkan oleh mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry karena selain mudah diakses juga sudah familiar di kalangan mereka. Hal ini karena facebook lebih dahulu lahir dibandingkan media sosial yang lainnya. Penggunaan media sosial facebook juga berpengaruh signifikan terhadap efektivitas kampanye politik, di mana fitur-fitur media ini memperluas ruang publik untuk menjadi media promosi yang melibatkan publik lewat agenda politiknya yang dibagikan di media sosial ini. Popularitas calon kandidat juga dapat terdongkrak dengan adanya pemanfaatan media sosial facebook, di mana kandidat dapat mengunggah pesan politik sehingga mendapatkan dan mempertahankan pendukung yang membuat popularitas mereka semakin tinggi. Jika pesan yang disampaikan kandidat di facebook dianggap menarik, maka pendukung dapat dengan mudah membagikan kepada temannya sehingga menambah popularitas dari kandidat politik ke publik. Salah satu konten kampanye yang disampaikan capres pada pemilu 2019 adalah mengenai pertahanan negara. Bagi mahasiswa yang baru pertama kali mencoblos ini memilih pasangan Prabowo sebagai presiden pada 2019. Hal ini karena informasi yang disampaikan melalui media sosial khususnya instagram cukup intens mengenai pentingnya mempertahankan NKRI, dan figur yang tepat adalah Prabowo karena ia mantan militer.<sup>18</sup>

Media lain yang sering dimanfaatkan oleh mahasiswa adalah tiktok dan twitter. Media ini memiliki fungsi menjadi jembatan

penghubung antar mahasiswa terhadap informasi seputar politik dan jalannya pemerintahan di negeri ini. Twitter dan tiktok merupakan media yang memang tepat apabila ingin mengetahui seputar informasi politik dan isu-isu hangat di dalamnya. Media sosial ini memiliki karakteristik pergantian topik yang tercermin dari pesan-pesan yang dikirim oleh para penggunanya, twitter dan tiktok menjadi sebuah informasi “*real time*” yang menggambarkan minat dan pemikiran serta perhatian para penggunanya. Sebagai dampaknya, twitter menjadi sumber yang dapat digali lebih jauh untuk melihat perhatian dan minat jutaan penggunanya.

Isu-isu negatif yang disebarluaskan melalui media sosial twitter dan whatsApp digunakan untuk mempengaruhi opini publik. pada media sosial twitter mengungkap isu-isu yang menjadi sentral perputaran hoax, fake news, dan disinformasi. Fenomena maraknya penyebaran dengan pesan politik yang penuh dengan kebohongan namun diyakini sebagai kebenaran inilah yang dianggap sebagai era post-truth. Isu-isu negatif ini merupakan penyebaran dalam bentuk cerita, rumor, dan mitos yang dimanipulasi untuk mempengaruhi opini publik di media sosial. Sebagian masyarakat mempercayai ini sebagai kebenaran karena didasarkan keyakinan secara emosional bukan dari melihat fakta secara rasional.<sup>19</sup>

Kampanye pemilu di media sosial jenis instagram, twitter dan tiktok jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang berhubungan langsung dengan media ini. Twitter dan tiktok tentunya merupakan media sosial yang sangat cocok untuk

<sup>17</sup> Farhan Nurikhsan, K.Y.S Putri, “Efektivitas Instagram Sebagai Media Kampanye Nadia Fransiska dalam Meningkatkan Ketertarikan Masyarakat,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 3, Nomor 2, September 2021, hlm. 67-75.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Maulidar Fitri pada 5 Desember 2023.

<sup>19</sup> Cakrawala, “Pemilihan Presiden Indonesia 2019: Propaganda di Era Post-Truth”, diakses tanggal 15 Oktober 2023.

dibuat sebuah penggiringan opini publik. Media ini juga merupakan suatu komoditas yang bisa dilakukan oleh sekelompok atau seseorang untuk membentuk suatu citra, seperti yang ada di dalam kampanye politik media sosial instagram, twitter dan tiktok berhasil membuat media ini sebagai media untuk berkampanye dengan membuat suatu pesan atau narasi sehingga membuat masyarakat Indonesia berkomentar. Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry asal Pidie lain juga menyatakan, sosial media instagram menjadi andalan informasi yang sering ia buka terutama informasi-informasi mengenai politik.<sup>20</sup>

Media sosial jenis tiktok juga cukup besar pengaruhnya juga dibandingkan dengan jenis media lainnya khususnya untuk pemilu 2024 mendatang. Pada pemilu 2019, media Instagram paling banyak dibuka oleh pemilih pemula karena mudah diakses. Mahasiswa asal Aceh Barat ini mengetahui visi-misi capres melalui instagram, tetapi yang lebih menarik di tiktok. "tiktok lebih menarik sekarang dibandingkan instagram, pemilu 2019 andalannya instagram."<sup>21</sup>

Jenis lain media sosial yang digunakan adalah instagram. Seluruh mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry yang menjadi responden mengatakan bahwa media sosial instagram yang paling berpengaruh. Adapun pengaruhnya seperti instagram menjadi platform favorit ditemukannya kampanye dari pasangan calon kandidat, Lagi-lagi hal ini dimanfaatkan oleh para pasangan calon untuk menyebarluaskan kampanye guna mengambil suara dari pemilih pemula.

### **Signifikansi Pengaruh Media Sosial terhadap Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada Pemilu 2019**

Sejak varian jenis media sosial hadir di muka bumi seperti instagram, facebook, twitter dan lain-lain memudahkan semua pihak khususnya para peserta pemilu berkampanye melalui media sosial. Kampanye yang menarik diharuskan dalam penyebarannya, hal ini ditujukan agar para pemilih pemula lebih menaruh perhatian atas apa yang mereka lihat. Fajar Rizki Aulia mengungkapkan, "media sosial sangat menentukan sikap mahasiswa dalam menentukan pemimpin negara ini."<sup>22</sup>

Menurut Maulidar Fitri, cukup besar signifikansinya media sosial terutama jenis instagram di kalangan mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry dalam menentukan presiden pada pemilu 2019 silam. "Mahasiswa umumnya mengetahui visi-misi calon presiden melalui instagram dan twitter yang lebih banyak, ini untuk tahun 2019, tapi untuk pemilu tahun 2024 yang lebih banyak di tiktok. Media ini mudah diakses oleh siapapun yang memiliki HP Android. Mahasiswa lebih suka buka media sosial daripada terlibat langsung dalam tim sukses, maka pengaruhnya cukup besar sekali."<sup>23</sup>

Maulidar Fitri menegaskan pada pemilu 2019 media instagram menjadi favorit baginya. Media sosial mempengaruhi dirinya memutuskan memilih pasangan tertentu pada pemilu 2019. "Saya pilih Prabowo dulu karena terpengaruh dengan kampanye jenis instagram, sekarang tiktok."<sup>24</sup>

<sup>20</sup> Wawancara dengan Fajar Rizki Aulia pada 2 Desember 2023.

<sup>21</sup> Wawancara dengan Alif Al-Barra pada 2 Desember 2023.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Fajar Rizki Aulia pada 2 September 2023.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Maulidar Fitri pada 5 Desember 2023.

<sup>24</sup> Wawancara dengan Maulidar Fitri pada 5 Desember 2023.

Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan sangat efektif karena mampu memudahkan para pemilih pemula dalam memperoleh informasi dari pasangan calon. Dengan kemudahan informasi yang didapat bisa mengurangi angka golput ke depannya. Namun dengan terbarnya informasi terkait pasangan calon di media sosial, pemilih pemula juga tetap harus bijak dalam mensensor informasi yang didapat karena tidak semua informasi yang ada di media sosial mengandung kebenaran. Media sosial bisa mempermudah mendapatkan informasi mengenai pasangan calon, namun di sisi lain media sosial juga bisa menjerumuskan seseorang kepada informasi yang kurang valid dan juga bisa mengandung ujaran kebencian. Kampanye melalui media sosial menjadi efektif karena murah biaya dan dapat menjangkau masyarakat secara luas.<sup>25</sup> Para kontestan capres/cawapres berhasil mempengaruhi sikap mahasiswa di FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada pemilu 2019 lalu setelah mengakses media sosial baik di facebook, tiktok, instagram maupun twitter. Media sosial membentuk *mainset* mahasiswa terhadap pasangan calon tertentu sehingga mereka menentukan pilihan mereka untuk pasangan calon yang aktif menyampaikan visi-misinya di media sosial. Media sosial cukup berpengaruh secara signifikan terhadap mahasiswa khususnya pemilih pemula dalam hal menentukan pilihan politik mereka pada pemilu 2019.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan

presiden 2019. Pemilih pemula menjadikan media sosial sebagai sumber informasi politik yang mudah diakses. Informasi dari media sosial memiliki peran langsung maupun tidak langsung untuk mendorong peningkatan partisipasi pemilih pemula untuk menentukan sikap politik mereka. Melalui media sosial para pemilih pemula mengenal dan mengetahui visi-misi yang disampaikan para calon. Mayoritas mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh berpengaruh besar terhadap keputusan politik mereka setelah mendengar visi-misi yang disampaikan oleh para calon presiden pada pemilu 2019. Keberadaan media sosial telah memudahkan pemilih pemula dalam mengakses informasi politik. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah instagram. Instagram merupakan jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh pemilih pemula, khususnya pemilih pemula dalam mengakses informasi politik dan berpartisipasi dalam politik pada pemilihan presiden 2019.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad Nurcholis & Tri Rizki Putra, "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019 yang Difokuskan kepada Mahasiswa FISIPOL UGM", *Jurnal PolGov* Vol. 2 No. 1/2020.

Basuki Rachmat. H & Esther, "Perilaku Pemilih Pemula dalam Pilkada Serentak di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015", *Jurnal Ilmu Pemerintahan LI/Idyapraja*, 1/ol XLII No. 2, Tahun 2016.

Cakrawala, "Pemilihan Presiden Indonesia 2019: Propaganda di Era Post-Truth" akses

<sup>25</sup> Wawancara dengan Julia Sari pada 5 Desember 2023.

melalui <https://news.unair.ac.id> pada 10 Juni 2023.

Diyah Mustika Anggraeni dan Sunarso, *Persepsi tentang kampanye politik melalui media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020*, Jurnal E-CIVICS\_ Student UNY: *Jurnal Pendidikan Kewaraganeeraan dan Hukum* Vol. 11 No. 03 Tahun 2022.

Devianti Anggraini, Aang Wahyu Ariesta, dan Eka Wenats Wuryanta, "Pengaruh Media Instagram terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019", *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 11, No. 1, Juni 2022.

Farhan Nurikhsan, K.Y.S Putri, "Efektivitas Instagram Sebagai Media Kampanye Nadia Fransiska dalam Meningkatkan Ketertarikan Masyarakat," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 3, Nomor 2, September 2021.

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, akses pada 10 Juni 2023.

[https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/), akses pada 10 Juni 2023.

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>, akses 10 Juni 2023.

Moleong, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009.

Muhammad Arif Laemang, *Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak pada Tahun 2020 di Kabupaten Barru*", *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makassar 2021.

Noviyanti, Ubaidullah, Ardiansyah, "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pilpres 2019 di Kabupaten Aceh Utara (Studi Penelitian di Kecamatan Dewantara)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, Volume 6. No. 1 Maret 2021.

Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi, STAIN Jurai Siwo Metro, 2010.

Wa Ode Mudiani, "Persepsi Pemilih Pemula terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Kampanye pada Pemilu 2024", *Journal on Education* Volume 06, No. 01, September-Desember 2023.

Wawancara Dengan Monica Saiputri pada 5 Desember 2023.

Wawancara dengan Nurul Raudhah pada 5 Desember 2023.

Wawancara dengan Alif Al-Barra pada 2 Desember 2023.

Wawancara dengan Fajar Rizki Aulia pada 2 September 2023.

Wawancara dengan Maulidar Fitri pada 5 Desember 2023.

Wawancara dengan Julia Sari pada 5 Desember 2023.