

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial saat ini merupakan salah satu trend dalam berpolitik di Indonesia, Media social memiliki peran penting dalam menyajikan berita, opini, dan hiburan kepada masyarakat dengan tujuan memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya sebagai salah satu alat komunikasi. Media sosial juga telah mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kemajuan teknologi, dengan memanfaatkan *platform* baru yang lebih interaktif dan responsif, media massa dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pembaca, pendengar, dan penontonnya. Dalam hal ini, pengertian media massa melampaui sekadar sebagai sarana komunikasi, tetapi juga melibatkan peran yang signifikan dalam membentuk dinamika sosial dan budaya yang ada dalam Masyarakat.

Pada era globalisasi dan modernisasi teknologi saat ini, fenomena media massa sangat berperan dan berpengaruh dalam aktivitas keseharian bersosial di masyarakat. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini yang sangat pesat memberikan dampak yang signifikan diberbagai bidang seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan bidang – bidang yang lainnya. Pada zaman globalisasi saat ini bisa dikatakan bahwa “new media“ menjadi media yang paling banyak digunakan oleh mayoritas masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi.

Teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) berkembang seiring dengan tingkat kebutuhan manusia, semakin modern kehidupan manusia, maka semakin

modern pula teknologi. Setiap teknologi mempunyai pengaruh baik positif maupun negatif, Berdampak positif karena dapat mendorong lahirnya berbagai inovasi baru yang mempermudah hidup manusia. Berdampak negatif karena TIK memberikan dampak pada kehidupan sosial budaya salah satunya dimana norma-norma yang berlaku dimasyarakat seringkali diabaikan. Dampak negatif yang lebih jauh dapat mendorong terjadinya kerusakan moral. TIK juga menjadikan masyarakat menjadi kurang peka terhadap kehidupan sosial seperti mengurangi intensitas tatap muka yang terjadi dalam organisasi ataupun sosial masyarakat. Kini manusia seakan tak lepas dari peran teknologi komunikasi (Proposal Indikator TIK Kominfo, 2017).

Penggunaan teknologi informasi penggunaan internet yang sudah memiliki berbagai aplikasi seperti media massa, merupakan salah satu media dimana para penggunanya dapat mencari informasi, saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan secara online. Ragam media massa adalah *Whatsapp, Instagram, path, snapchat* dan beberapa media sosial yang lain. Keberadaan media sosial pada saat ini sangatlah memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan di dalam masyarakat dan sosial.

Media sosial menjadi sebuah solusi dari proses terselenggaranya kampanye calon presiden dan legislatif setelah diberlakukannya peraturan mengenai pembatasan sosial berskala besar. Media sosial juga merupakan sebuah tempat untuk bersosialisasi seseorang dengan orang lainnya secara daring, yang memungkinkan dua orang atau lebih berinteraksi tanpa ada batasan ruang dan waktu Rustian dalam (Laemang, 2021, p. 2).

Media sosial juga menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Bentuk interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam media sosial bermacam-

macam, contohnya diskusi, berdebatan, sosialisasi sampai kritik kepada pemerintah. Manfaat lain dari media sosial untuk tokoh politik sebagai tempat untuk menyampaikan pesan politik, misalnya visi-misi, program kerja, profil, prestasi, dan sebagainya saat proses pemilihan calon legislatif.

Media sosial yang sedang hype atau sedang berkembang pesat dikalangan masyarakat khususnya di Negara Indonesia ialah *Instagram* dan Tik-Tok. Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia (APJII), Tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022- 2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.

Pada pemilihan calon legislatif tahun 2024 para pemilih didominasi oleh pemilih pemula, pemilih pemula menerima informasi melalui media sosial sebagai sumber informasi utama, hal ini menjadikan perilaku pemilih pemula dengan mudah mencari informasi mengenai pemilihan calon legislatif. Media sosial sudah menjadi saluran komunikasi politik. Namun, pesan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku pemilih pemula disebabkan sumber pesan hanya memberikan janji dan tidak ada bukti yang nyata terkait yang disampaikan. Sumber pesan adalah individu atau karakter yang menyampaikan pesan.

Pemilih pemula adalah konstituen atau anggota masyarakat yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam perundang-undangan. Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum disebutkan bahwa pemilih pemula adalah mereka yang telah berusia genap 17 tahun atau lebih. Peraturan perundangan juga dijelaskan bahwa warga negara yang telah menikah meski belum berusia genap 17

tahun memiliki hak dalam pemilihan umum. Bagi yang berusia 17-21 tahun, keikutsertaan dalam pemilu merupakan pengalaman pertama kali, subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat pemilih pemula di Kota Palembang karena dari hasil observasi lebih dari 90% mereka menggunakan media sosial *Instagram*. Selain itu masyarakat yang merupakan pemilih pemula yang berusia 17-21 tahun juga belum sepenuhnya memahami tentang ilmu pemerintahan dan ilmu politik. Itulah yang menjadi alasan peneliti memilih Masyarakat Kota Palembang sebagai subjek penelitian.

Masyarakat yang menjadi partisipan penelitian ini mempunyai perangkat elektronik yang mendukung mereka dalam menggunakan media sosial untuk melihat berita-berita yang berkaitan dengan pemilihan calon Legislatif tahun 2024, dengan banyaknya konten-konten yang berkaitan dengan itu maka apakah mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk membantu menjadi pemilih yang berkompeten.

Penggunaan media sosial juga dimanfaatkan oleh Calon Presiden dan Legislatif dalam melakukan kampanye dalam pemilu. Melihat Banyaknya masyarakat yang menggunakan internet terutama dengan menggunakan media sosial khususnya *Instagram* untuk memperoleh informasi dan komunikasi bagi masyarakat khususnya masyarakat di Kota Palembang. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi yang berisi foto maupun video dan aplikasi tersebut sedang populer sehingga pemanfaatan ini dirasa tepat.

Hal tersebut menjadi tantangan bagi calon presiden dan calon legislatif untuk dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman sehingga dapat memberikan informasi kepada masyarakat dengan cara memanfaatkan akun media

sosial pribadinya untuk berkampanye sebagai alat komunikasi dengan masyarakat, mempermudah dalam menyampaikan informasi melalui media social dan dengan harapan bisa berkontribusi pada keberhasilan politik, hal ini dikarenakan media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tidak bisa dicapai melalui pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi.

Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial seperti *Instagram*. Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah dari kandidat ke calon pemilih. Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa menjadi multiarah seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat, atau antar pemilih. Sehingga lebih memudahkan para pemilih pemula untuk menentukan pilihan.

Media online atau "*new media*" sebenarnya memiliki dampak yang baik dan positif bagi masyarakat untuk dapat memperoleh serta menyebarkan berbagai informasi secara cepat, aktual dan faktual melalui media *online*, namun masih terdapat beberapa masalah yang sering terjadi di sisi lain media online yaitu masih terdapat masalah bagi masyarakat apabila masyarakat tidak baik dan bijak dalam memanfaatkan kemudahan yang didapatkan melalui penggunaan media *online*. salah satu problem besar yang dihadapi media online sekaligus menjadi dampak negatif dari media tersebut pada saat ini ialah banyaknya informasi dan berita yang tidak benar atau bohong (*hoax*), lalu provokatif yang biasanya cenderung

memfitnah serta menjatuhkan pihak tertentu yang biasanya disampaikan melalui suatu ujaran atau statement yang mengandung rasa kebencian (*hate speech*) yang tentunya akan berpengaruh langsung pada persepsi para pengguna media online terhadap berita dan informasi yang disebarkan serta menggiring opini negatif publik terhadap pihak tertentu.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan bahwa media sosial diyakini mempunyai kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi perilaku masyarakat. Bahkan media sosial bisa mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media sosial memegang peranan cukup penting dalam mendorong masyarakat untuk lebih cerdas dan kritis terhadap masalah yang memberikan implikasi cukup luas bagi mereka. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat. Tetapi pada kenyataannya masih banyak Masyarakat yang belum mampu untuk mencerna dengan baik mengenai informasi yang didapat melalui media masa, masih banyak Masyarakat yang mempercayai begitu saja berita/informasi yang belum tentu benar kenyataannya (*hoax*), masyarakat sebagai pemilih pemula belum baik dan bijak dalam memanfaatkan kemudahan yang didapatkan melalui penggunaan media social sebagai media jaringan.

Berdasarkan masalah tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Media Sosial dan Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada identifikasi masalah yang sempat dijabarkan dari latar belakang di atas maka penulis merangkumnya ke dalam beberapa inti, yakni sebagai berikut :

1. Masih banyak media sosial *Instagram* yang menyebarkan berita *hoax* terkait pemilu
2. Masih banyak media sosial *Instagram* yang menyebarkan kebencian, memfitnah serta menjatuhkan pihak tertentu yang dapat menggiring opini dan akan berpengaruh langsung pada persepsi masyarakat terhadap pihak tertentu.
3. Masyarakat pemilih pemula belum memahami besarnya manfaat dan pengaruh media social sebagai media jaringan.
4. Masyarakat pemilih pemula belum baik dan bijak dalam memanfaatkan kemudahan yang didapatkan melalui penggunaan media social sebagai media jaringan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana media sosial dan perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang ?
2. Faktor apa saja dalam media sosial dan perilaku pemilih pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang ?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, peneliti membuat batasan yang akan diteliti, yaitu peneliti hanya berfokus pada Media Sosial dan Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya segala sesuatu yang dilakukan mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai, begitupun dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis penggunaan media sosial dan perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang
2. Untuk menganalisis faktor apa saja dalam media sosial dan perilaku pemilih pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang

1.5.2 Kegunaan Penelitian

Apapun hasil yang dicapai dalam penelitian ini, peneliti berharap ada manfaat yang dapat diambil diantaranya yaitu :

1.5.2.1 Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan keilmuan khususnya dalam kajian komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi massa yaitu media sosial.

1.5.2.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti Sendiri

Hasil penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam terkait media sosial dan perilaku pemilih pemula pada pemilu tahun 2024 di Kota Palembang.

2. Bagi Pemilih Pemula

Hasil penelitian ini bagi peneliti sendiri diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam terkait media sosial dan perilaku pemilih pemula pada pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan dan untuk pengembangan ide-ide baru untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial dan perilaku pemilih pemula pada pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang.

