



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pilpres atau pemilihan presiden merupakan kegiatan yang dilakukan selama lima tahun sekali di Indonesia. Persiapan yang matang dari masing-masing calon bertujuan untuk menyampaikan visi, misi, serta program kerja untuk lima tahun kedepannya sebagai pemimpin negara khususnya Indonesia. Pada tahun 2019 ini, masyarakat Indonesia akan memilih pemimpin negara mereka yang terdiri dari 2 pasang calon presiden (CAPRES) dan calon wakil presiden (CAWAPRES) yaitu pasangan nomor satu IR. H. Joko Widodo dan Prof. Dr. K.H. Ma'ruf Amin sebagai CAPRES dan CAWAPRES Indonesia 2019 dan pasangan nomor dua H. Prabowo Subianto Djojohadikusumo dan Sandiaga Salahuddin Uno sebagai calon CAPRES dan CAWAPRES Indonesia 2019. Pemilihan presiden ini akan diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 17 April 2019 yang dilaksanakan serentak di Indonesia.

Menurut Quesenberry (2016, h. 9) media sosial merupakan suatu perantara atau alat mediasi komputer yang digunakan banyak orang atau khalayak untuk membuat, membagikan, bertukar informasi, ide, bahkan foto serta video yang dibagikan melalui jaringan virtual atau internet. Media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya dalam memberikan informasi penting ataupun tidak penting bagi penggunanya. Instagram merupakan salah

satu aplikasi media sosial yang saat ini digemari banyak masyarakat khususnya kaum milenial yang sangat berkembang setelah aplikasi media sosial lainnya seperti facebook, twitter, dan youtube. Instagram merupakan aplikasi yang dapat membagikan foto dan video kepada pengguna lainnya. Menurut Wikipedia, Instagram dirilis pada tanggal 6 Oktober 2010 dengan perancang Kevin Systrom dan Mike Krieger dibawah perusahaan Burbn, Inc.

Perkembangan ini membawa nuansa pilpres semakin berkembang dalam hal penggunaan media untuk menyebarkan informasi terkait isu politik. Pasangan paslon nomor urut satu (1) menggunakan Instagram sebagai salah satu penyalur informasi paling *up to date* kepada masyarakat Indonesia. Mereka melihat bahwa saat ini, Instagram merupakan salah satu media sosial yang hampir digunakan oleh seluruh masyarakat dari berbagai kalangan umum terutama kaum milenial. Penyampaian informasi di media sosial harus disampaikan secara runtun dan jelas karena informasi ini dapat dilihat oleh seluruh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, banyak pengguna Instagram yang memperhatikan konten media sosial mereka untuk menyampaikan sebuah informasi. Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Hal ini menggambarkan bahwa konten merupakan gambaran atau pandangan sebuah akun atau seseorang di media sosial yang dapat dilihat oleh banyak orang. Pada masa pilpres ini, akun Instagram @jokowi.amin sangat memerhatikan informasi apa yang akan diberitakan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Mereka sangat berhati-hati dalam

menyampaikan sebuah informasi karena dapat tersebarluaskan hanya dalam kurun waktu kurang dari satu menit.

Media sosial merupakan *platform* yang sangat sesuai bagi mereka yang ingin menyampaikan informasi kepada masyarakat di seluruh dunia. Akan tetapi dalam penyampain suatu pesan, media sosial mempunyai konten-konten komunikasi dalam penyampaiannya. Menurut Chris Heuer dalam Solis (2010 : h. 263) menyatakan bahwa terdapat 4C penerapan di media sosial, antara lain : *context* (konten), *communication* (komunikasi), *collaboration* (kolaborasi), dan *connection* (koneksi). Dalam pelaksanaannya, pengoperasian di media sosial, dibutuhkan sebuah perancangan komunikasi yang dikenal dengan 7C yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan courteous* (Solis, 2010, h. 259).

Keterlibatan masyarakat khususnya para pemilih pemula pilpres 2019 juga sangat dibutuhkan untuk mendukung kedua calon pemimpin Indonesia ini. Dalam hal ini, keterlibatan yang dimaksud adalah dengan terlibat secara tidak langsung melalui media sosial seperti membaca, memberikan *like*, membagikan (*share*), memberikan komentar (*comment*), dan merasa dilibatkan melalui postingan yang diberikan Instagram @jokowi.amin. Calder, Malthouse & Schaedel (2009) menyampaikan bahwa *engagement* atau keterlibatan adalah khalayak yang terlibat seperti sering mengunjungi situs, menghabiskan waktu di situs tersebut yang memiliki banyak tampilan halaman. Teori penilaian sosial (*social judgement theory*) merupakan sifat seseorang yang dapat mendukung *engagement* mereka dalam memilah

berbagai macam informasi yang disampaikan melalui media sosial. *Social judgement theory*, menurut Muzafer Sherif dalam Littlejohn (2014, h.105) teori penilaian sosial terdiri dari 3 rentan sikap yaitu *latitude of acceptance*, *latitude of rejection*, dan *latitude of noncommitment* yang merupakan cara masing-masing individu untuk memutuskan sebuah informasi yang diterima. Keputusan untuk menerima informasi ini didasari oleh *ego involvement* atau pengaruh keterlibatan ego dari masing-masing individu.

Pemilih pemula atau pelajar dan mahasiswa milenial yang berumur 17 hingga 21 tahun, merupakan salah satu target utama pasangan paslon nomor urut 1 ini dikarenakan pada tahun 2019, Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat bahwa ada 5.035.887 orang yang tercatat sebagai pemilih pemula pada Pemilu 2019. Data ini masuk kedalam daftar penduduk pemilih potensial pemilu (DP4) (Andayani, 2018, para. 2).

Sebagai negara yang selalu mengikuti perkembangan zaman, calon presiden nomor urut 1 ini memilih Instagram menjadi salah *channel* pilihan penyalur informasi yang *up to date* terkait pilpres 2019. Permasalahan ini sangatlah penting untuk diteliti dikarenakan saat ini Indonesia sedang memperbaiki *image* Indonesia di pandangan negara lain dengan pemerintahan baru sesuai dengan visi dan misi setiap kandidat. Selain itu, penelitian ini ingin melihat keterlibatan kaum muda atau pemilih pemula milenial melalui keterlibatan mereka dengan membaca, mengunjungi situs, memberikan *like*, memberikan komentar, dan membagikan situs kepada teman atau keluarga mereka terkait konten @jokowi.amin.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula. Oleh sebab itu, penelitian ini mengambil populasi dari *followers* Instagram @jokowi.amin yang mempunyai 495k *followers*. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian berupa survey, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada 400 *followers* sebagai sampel penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah konten media sosial yaitu Instagram yang dapat memengaruhi *engagement* atau keterlibatan pemilih pemula pada pilpres 2019. Media sosial merupakan *platform* komunikasi digital yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan baik secara tertulis atau lisan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang terbentuk pada tahun 2010 dengan kegunaan membagikan gambar dan video kepada orang lain. Masih banyak masyarakat yang kurang aktif dengan informasi politik di media sosial khususnya para remaja dan pelajar yang masih menjadi pemilih pemula pada pilpres 2019.

Dikarenakan kurang aktifnya masyarakat khususnya remaja dan pelajar yang menjadi pemilih pemula terhadap informasi politik di media sosial, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti apakah Instagram dapat memengaruhi *engagement* atau keterlibatan pemilih pemula pada pilpres 2019.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui rumusan masalah di atas, peneliti menyimpulkan beberapa pertanyaan sebagai bahan penelitian, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh antara konten media sosial Instagram @jokowi.amin dengan *engagement* pemilih pemula pada pilpres 2019?
2. Seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @jokowi.amin terhadap *engagement* pemilih pemula pada pilpres 2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula (survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @jokowi.amin).
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula (survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @jokowi.amin)..

1.5 Kegunaan Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua kegunaan yaitu kegunaan akademis dan kegunaan praktis yang dijabarkan sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi ataupun referensi terhadap perkembangan keilmuan

komunikasi, khususnya mengenai teori *engagement*, penilaian sosial (*social judgment theory*), *Operating System* (Sistem Operasi Sosial), komunikasi politik, pemilih pemula, dan *social media*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut apakah konten media sosial Instargam @jokowi.amin dapat menunjang keterlibatan *followers* terutama para pemilih pemula. Selain itu, peneliti juga berharap agar hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi situs @jokowi.amin atau tim sukses pada pilpres selanjutnya dalam memberikan serta penyampaian informasi kepada publik.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA