

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era revolusi industri 4.0 ini, media telah menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari masyarakat. Hal ini ditandai dengan penggunaan media sebagai alat komunikasi antar individu. Sebelum perkembangan media yang canggih seperti sekarang ini, masyarakat hanya disuguhkan dengan komunikasi satu arah dimana masyarakat hanya bisa menikmati konten yang disajikan oleh media *mainstream* seperti televisi, radio, maupun surat kabar. Seiring dengan perkembangan teknologi yang cepat, masyarakat mulai diperkenalkan dengan media baru atau *new media*. Media baru/*new media* merupakan media yang menawarkan digitalisasi, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan dan proses dalam penyampaian pesan. Dengan kemampuan *new media* yang menawarkan interaktifitas yang memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, serta secara bebas mengendalikan informasi apa yang dihasilkan tentu menjadikan interaktifitas itu sendiri sebagai konsep umum dari pemahaman tentang new media (Terry Flew, 2002). Media baru/*new media* memberikan ruang kebebasan dimana masyarakat dapat menggunakan ruang seluas-luasnya, jaringan seluas-luasnya, serta menunjukkan identitas lain yang tidak ditunjukkan dalam dunia nyata. Hal itu tentu terungkap dengan kemunculan fenomena baru seperti *virtual reality*, *community virtual*, dan *identity virtual* (Terry Flew, 2002).

Peran *new media* banyak memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berkomunikasi serta mengakses informasi. Para pengembang teknologi informasi memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan jenis media yang baru. Southeastern University menyebutkan bahwa terdapat lima jenis media yang menggambarkan terkait evolusi media baru, seperti media sosial, realitas *virtual*, surat kabar *online*, *game* digital, dan blog. Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia maupun dunia sebagai sarana komunikasi dan informasi. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Digital Around the World* pada bulan Januari 2021, terlihat jumlah pengguna media sosial yang dibandingkan dengan populasi manusia di Indonesia maupun dunia. **Gambar 1**

menampilkan jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia dan **Gambar 2** menampilkan jumlah pengguna media sosial di seluruh Indonesia.

Gambar 1. Survey *Digital Arround the World* tahun 2021 tentang total populasi, pengguna *mobile phone*, pengguna internet, dan pengguna media sosial di dunia.



(sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Diakses pada 8 Oktober 2021 pukul 11.00 WIB)

Gambar 2. Survey *Digital Arround the World* tahun 2021 tentang total populasi, pengguna *mobile phone*, pengguna internet, dan pengguna media sosial di Indonesia.



(sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, Diakses pada 8 Oktober 2021 pukul 11.12 WIB)

Berdasarkan gambar diatas menandakan dengan kapasitas persentase pengguna media sosial melebihi dari 50% tentu secara garis besar media sosial memiliki pengguna terbanyak di Indonesia sekaligus dunia.

Pengguna media sosial memperoleh banyak kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi. Van Dijk (2013) menyebut bahwa media sosial merupakan media panggung yang terfokus pada keberadaan pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, media sosial bisa dilihat menjadi fasilitator *online* yang menguatkan korelasi antar pengguna sekaligus membentuk sebuah sosial (Nasrullah, 2016). Media sosial juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi, berafiliasi, saling berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya (Nasrullah, 2016). Dengan itu, Media sosial dapat memberikan efek kepada penggunanya serta pengguna lain baik dalam hal perilaku sosial maupun wawasan sosial.

Penggunaan media sosial telah diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur berbagai perlindungan hukum atas kegiatan yang memanfaatkan internet sebagai

mediannya. Adanya aturan tersebut, tentu menjaga dan mencegah agar setiap orang tidak menjadi hakim atas dirinya sendiri, tidak mengadili dan menjatuhkan hukuman terhadap setiap pelanggaran hukum terhadap dirinya. Namun, setiap perkara harus diselesaikan melalui proses berdasarkan ketentuan yang berlaku (Kansil, 1986). Dengan itu, sebagai pengguna media sosial yang bijak masyarakat harus memiliki batasan serta kendali diri dalam penggunaannya.

Media sosial sebagai sarana komunikasi digital banyak menimbulkan dampak bagi penggunaannya baik sisi positif maupun negatif. Dilihat dari sisi positifnya bahwa, pertama, media sosial memberi kemudahan kepada masyarakat untuk berkomunikasi, mengakses informasi, serta menjadi sarana pembelajaran dan pengetahuan sosial, budaya, dan politik. Kedua, media sosial memberi ruang kepada individu dan komunitas untuk membagi, menciptakan, mendiskusikan, dan memodifikasi isi yang dihasilkan oleh pengguna (Kietzmann, et al.). Hal tersebut sekaligus memberi keterbukaan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam menyuarakan pendapat pada media sosial. Selanjutnya, pada sisi negatif penggunaan media sosial, adanya aksesibilitas yang tinggi dan dapat digunakan oleh siapa saja dapat merugikan kelompok tertentu. Misal, media sosial yang diakses secara bebas oleh anak-anak dapat membahayakan yang belum memahami risiko penggunaan media sosial, dan kemungkinan dapat terjadi pemalsuan identitas terkait adanya informasi yang tidak akurat di akun media sosial seseorang (Parhusip, 2015).

Media sosial memiliki beberapa macam platform, seperti facebook, twitter, youtube, instagram, whatsapp dan lain sebagainya. Salah satu platform media sosial yang paling populer dikalangan masyarakat dunia adalah Instagram. Sampai kuartal I-2021, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh global mencapai 1,07 miliar. Sedangkan di Indonesia, jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebanyak 91,77 juta pengguna (Rizaty, 2021). Dengan itu, tidak perlu diragukan lagi bahwa instagram memiliki kepopuleran yang tinggi baik di indonesia maupun dunia. Platform yang didirikan oleh Kevin Systrom serta Mike Krieger pada Oktober 2010 ini pada dasarnya memang dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Namun, seiring perkembangan teknologi, instagram telah mempunyai banyak fitur yang memungkinkan masyarakat dapat

mengakses banyak informasi dan pengetahuan, seperti informasi sosial, budaya, dan politik.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 bahwasanya sebesar 75,6% pengguna media sosial setuju bahwa media sosial dapat digunakan sebagai kegiatan politik. Hal tersebut, menegaskan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai aktivitas sarana berpolitik (Pradana, 2017). Media sosial memiliki peran krusial pada pengembangan melek politik masyarakat Indonesia. Kehadiran media sosial yg banyak dipergunakan oleh masyarakat sebagai bagian dari kehidupan sosial politik diharapkan agar masyarakat sadar pentingnya memahami politik. Instagram yang menawarkan berbagai macam fitur seperti mengakses foto/video, mengirim pesan, dan lain sebagainya dapat meningkatkan pengalaman serta pengetahuan politik kepada sesama pengguna. selain itu, Instagram yang merupakan bagian dari media massa dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan berbagai informasi yang bermuatan politik sekaligus melakukan sosialisasi didalamnya (Haryanto, 2018).

Instagram sebagai salah satu platform media sosial sekaligus menjadi alat komunikasi antar individu dapat dimanfaatkan untuk mengakses berbagai informasi berupa gambar dan tulisan. Pada platform tersebut, instagram memberikan fitur komentar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai makhluk sosial. pada fitur tersebut, masyarakat dapat secara bebas memberikan komentar berupa pendapat, kritik, dan saran. Hal tersebut didukung dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1998 yang salah satunya menyebutkan bahwa negara memberi wewenang dan kebebasan kepada warga negara untuk menyampaikan pendapat.

Akun-akun instagram yang menyajikan konten politik di indonesia sudah tidak asing lagi kita jumpai, salah satunya yaitu akun @pinterpolitik. Selain akun tersebut, penulis sudah merangkum beberapa akun instagram lainnya yang memuat konten politik pada **tabel 1.**

Tabel 1. Jumlah Followers, Rata-rata *likes*, *comments*, dan *view videos* Instagram yang memuat konten politik

No	Akun Instagram	Jumlah Followers	Average likes	Average comments	Average video views
----	----------------	------------------	---------------	------------------	---------------------

1	@pinterpolitik	341.701	4.578	93	3.430
2	@asumsico	243.075	3.226	84	0
3	@wikidpr	3.189	159	12	0
4	@pamfletgenerasi	17.813	65	0	0
5	@generasimelekpoltik	14.693	271	7	18.892

(Sumber : data diolah melalui <https://business.notjustanalytics.com> diakses pada 10 Oktober 2021 pukul 13.18 WIB)

Berdasarkan perbandingan yang telah penulis olah pada **tabel 1**, masing-masing akun instagram memiliki kriteria masing-masing dalam cara pembuatan konten. Dilihat dari jumlah *followers*, rata-rata *likes*, dan *comments*, akun @pinterpolitik memiliki keunggulan dibanding akun lainnya. Namun, pada segi rata-rata *video views*, akun @pinterpolitik menduduki urutan kedua setelah akun @generasimelekpoltik yang rata-ratanya mencapai 18.892. Hal tersebut ditandai karena akun @generasimelekpoltik sendiri banyak memuat konten video dalam instagramnya. Diluar hal itu, fokus kajian pada penelitian ini adalah komentar dalam konten yang berbentuk gambar/poster bukan berbentuk video.

Tabel 2. Antusiasme Masyarakat Terkait Konten Politik yang Disajikan pada Setiap Akun Instagram yang Memuat Konten Politik.

No	Akun instagram	Keterangan	Antusiasme Masyarakat Terkait Konten Politik yang disajikan
1	@pinterpolitik	Penjelasan tentang materi politik banyak disajikan pada poster/gambar	Banyak masyarakat yang antusias menanggapi persoalan terkait isu politik pada setiap unggahannya.
2	@asumsico	Penjelasan tentang materi politik banyak disajikan pada <i>caption</i>	Banyak masyarakat yang antusias menanggapi persoalan terkait isu politik pada setiap unggahannya.
3	@wikidpr	Berita politik yang disajikan tidak <i>general</i> , karena hanya terfokus pada pemberitaan DPR	Hanya beberapa feeds yang memberikan Pendidikan politik kepada masyarakat dan masih sedikit masyarakat yang menanggapi konten tersebut

4	@pamfletgenerasi	Memuat konten politik namun tidak selalu update	Konten yang disajikan sudah banyak memuat politik, namun masih sedikit masyarakat yang menanggapi konten tersebut
5	@generasimelekipolitik	Beberapa kontennya memuat kritik terhadap pemerintah melalui video	Konten yang disajikan sudah banyak memuat politik, namun masih sedikit masyarakat yang menanggapi konten tersebut

(Sumber : data diolah penulis. diakses pada 10 oktober 2021 pukul 13.20 WIB)

Berdasarkan **tabel 2**, banyaknya jumlah masyarakat yang menanggapi konten tentu menjadi sebuah tolak ukur bahwa akun instagram tersebut menarik minat masyarakat untuk ikut berpartisipasi. Akun instagram @pinterpolitik dan @asumsico memiliki kesamaan dimana banyak masyarakat yang antusias menanggapi setiap unggahan dari masing-masing akun tersebut. Namun, akun instagram @pinterpolitik memiliki nilai rata-rata *likes*, *comments*, dan *video views* lebih tinggi dibandingkan dengan akun @asumsico (Lihat **tabel 1**). Selain itu, tidak semua unggahan pada akun @asumsico membahas tentang berita politik.

Berbagai perbandingan yang telah penulis rangkum, penulis memiliki beberapa alasan mengapa penulis menggunakan instagram @pinterpolitik sebagai studi penelitian. **Pertama**, akun instagram @pinterpolitik memiliki *followers* terbanyak dibandingkan dengan keempat akun lain yang memuat konten politik ; **kedua**, akun @pinterpolitik menduduki posisi teratas dibanding keempat akun lainnya berdasarkan rata-rata *likes* dan *comments*. Meskipun dalam rata-rata *video views* masih dibawah akun @generasimelekipolitik, penulis memaklumi bahwa akun tersebut banyak memuat konten video dan dalam penelitian ini penulis hanya terfokus pada unggahan berupa gambar/poster ; **ketiga**, akun @pinterpolitik ini konsisten dalam pembuatan konten politik, karena akun tersebut selalu *update* tentang pemberitaan politik terkini, baik itu berita nasional maupun internasional ; **keempat**, penggunaan kalimat yang mudah dipahami menjadi pemicu masyarakat ikut serta menanggapi konten politik yang disajikan. Dengan itu, banyak masyarakat yang menanggapi berupa komentar pada setiap unggahannya ; **kelima**, akun

@pinterpolitik sering menghadirkan wawancara dengan petinggi dan aktivis politik untuk membahas politik yang terjadi sesuai tema yang diambil : **keenam** , akun @pinterpolitik ini tidak menyelipkan bisnis dalam setiap unggahan instagramnya. Padahal, sebagaimana dikutip pada “The Power of the Social Media Ecosystem” bahwa media sosial saat ini dipercaya sebagai sebuah *tool* yang memberikan potensi luar biasa bagi organisasi dalam meningkatkan *performa* perusahaan (Hanna, Rohm, & Crittenden, 2011). Maka dari itu, akun @pinterpolitik ini betul-betul hanya ingin menyajikan sebuah konten politik untuk memberi wadah sosialisasi politik dan pengetahuan politik kepada masyarakat demi membuka wawasan yang lebih luas kepada masyarakat Indonesia.

Penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini dilakukan oleh jurnal Sukma Alam pada tahun 2021 yang berjudul “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik*”. Penelitian tersebut menggunakan media sosial sebagai wadah aspirasi bagi partai politik dan tentu berkaitan dengan pengetahuan politik. Peran media sosial pada penelitian tersebut memberikan pengaruh kepada publik dengan mengunggah konten berupa, video, foto dan infografis sehingga publik memiliki ketertarikan untuk menanggapi konten tersebut.

Kedua, penelitian jurnal oleh Yovita Octafitria yang berjudul “*Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda*”. Penelitian ini menjelaskan peran media sosial sebagai agen sosialisasi politik baru pada kaum muda. Pemanfaatan media sosial dinilai memberi trobosan baru kepada kaum muda untuk ikut berpartisipasi politik, salah satunya pada pemilihan umum 2014. Selain itu, penggunaan nilai, norma, dan budaya politik pada media sosial memiliki pengaruh terhadap ketertarikan kaum muda. Terdapat dua hal utama bahwasanya media sosial dapat lebih unggul dalam menjadi agen sosialisasi dibandingkan dengan keluarga, media massa, institusi pendidikan, dan lembaga pemerintah. Pertama, media sosial memiliki ciri khas yang tentu menjadi pembeda dengan agen sosialisasi lainnya. Kedua, pendekatan dan cara penyampaian yang dilakukan media sosial berbeda dengan agen sosialisasi lainnya. Konten yang dimiliki media sosial memiliki daya tarik oleh kaum muda karena berkaitan dengan kondisi sosial mereka serta mampu memperlihatkan berbagai macam sudut pandang kelompok masyarakat.

Ketiga, penelitian jurnal oleh Haidar Fitria Siagian pada tahun 2015 yang berjudul “*Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik dalam Membentuk Opini Publik*”. Pada penelitian tersebut, media sosial dapat berperan dalam membentuk opini publik, sehingga media sosial memiliki peran dalam memenangi satu pertarungan untuk memperoleh pengaruh dari kalangan masyarakat, mulai dari pemilihan presiden hingga pemilihan kepala daerah. Melalui media sosial, substansi pesan-pesan politik lebih cepat dan mudah dicerna oleh khalayak, sebab setiap saat khalayak dapat mengakses informasi tanpa halangan dan batas geografis. Selain itu, media sosial juga sangat efektif digunakan untuk media informasi dan menerima *feedback*.

Keempat, penelitian jurnal oleh Atika Aisyarahmi Munzir, Azmawi & Aidinil Zetra tahun 2019 yang berjudul “*Beragam Peran Media Sosial Dalam Dunia Politik Di Indonesia*”. Penelitian ini memberikan penjelasan bahwa kuatnya peran media sosial dalam dunia politik untuk mendapatkan atensi masyarakat lewat kampanye, membantu generasi muda untuk melek politik.

Kelima, penelitian jurnal oleh Jerry Indrawan, Astin Julia Rosa, Anwar Ilmar, dan Garcia Krisnando Nathanael tahun 2021 yang berjudul “*Partisipasi Politik Masyarakat di Era Politik Siber*”. Penelitian ini menjelaskan peran politik siber memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa politik siber dapat membantu meningkatkan partisipasi politik masyarakat, khususnya pada media daring yang banyak dilakukan melalui sosial media.

Keenam, penelitian jurnal oleh Hamideh Molaei tahun 2016 yang berjudul “*Social Media and Politics: Examining Indonesians’ Political Knowledge on Facebook*”. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam ranah politik kontemporer Indonesia. Secara khusus, media sosial telah banyak digunakan untuk aktivisme dan diskusi politik. Warga negara harus dibekali dengan beberapa pengetahuan politik dan kompetensi untuk memberikan argumen dan pembenaran yang masuk akal dalam diskusi politik. Sebagaimana dalam penelitian ini dijelaskan bahwa diskusi politik yang konstruktif memiliki beberapa prasyarat, salah satunya ialah penalaran yang rasional. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pengguna memiliki informasi yang baik

tentang keadaan masyarakat mereka saat ini dan menunjukkan tingkat pengetahuan politik yang tinggi dalam hal Komisi Pemberantasan Korupsi dan juga politisi *incumbent*.

Ketujuh, *Ketujuh*, penelitian jurnal oleh Homero Gil de Zúñiga, Brian Weeks, dan Alberto Ardèvol-Abreu tahun 2017 yang berjudul “*Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics*”. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial memiliki kedudukan terdepan dalam konteks media saat ini, masyarakat tidak perlu secara aktif mencari berita karena mereka akan otomatis terpapar berita melalui rekan-rekan dan jejaring sosial.

Kedelapan, penelitian jurnal oleh Agung Prabowo dan Kurnia Arofah tahun 2017 yang berjudul “*Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital*”. Penelitian tersebut meneliti tentang efektifitas penggunaan media sosial instagram untuk menyebarkan dan mendidik masyarakat tentang migrasi dan teknologi TV digital. Hasil dari penelitian ini menurut uji Chi Square bahwa media sosial instagram menunjukkan signifikansi Asymtotic sebesar 0.646, yang berarti lebih besar dari 0,05 dari pengetahuan sebelum menerima pesan tentang TV digital. Dengan itu, dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial instagram memiliki keunggulan sebagai sarana/wadah sosialisasi penerimaan pesan dibanding melalui TV digital.

Kesembilan, penelitian jurnal oleh Annisa Damayanti dan Kapat Yuriawan tahun 2020 yang berjudul “*Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19: Studi Netnografi terhadap Komunitas Online KawalCOVID19.id*”. penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial memiliki peran penting selama pandemi COVID-19 yang memungkinkan orang-orang untuk berbagi cerita, pengalaman, dan sudut pandang satu sama lain secara real-time dan global. Penelitian ini menganalisis tren komunikasi risiko pada akun instagram @kawalcovid19.id yang berfungsi sebagai agen gerakan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi risiko yang disampaikan melalui konten mendapatkan reaksi yang positif dan interaktif dari netizen. Penelitian ini menggunakan studi netnografi dimana penelitian tersebut memiliki kesamaan terhadap penelitian yang akan penulis teliti.

Kesepuluh, penelitian jurnal oleh Tampan Hawari Amru, Hamdani M. Syam, dan Novi Susilawati tahun 2021 yang berjudul “*Dampak Mengakses Instagram @Pinterpolitik Terhadap Perilaku Politik Generasi Z Pada Pemilu 2019*”. Penelitian ini memfokuskan kepada dampak dari penggunaan akun instagram @pinterpolitik yang dikonsumsi oleh generasi z dalam menggunakan hak pilih pada pemilu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku politik generasi z kota Banda Aceh didominasi oleh tipe pemilih kritis yang berlandaskan pada penjelasan Firmanzah yang mengatakan bahwa tipe pemilih kritis merupakan pemilih yang selalu mengaitkan sistem partai dengan kebijakan yang akan dibuat.

Berbagai penelitian yang menjadi referensi dalam penelitian ini. Banyak kesamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu. **Pertama**, media sosial dijadikan sebagai wadah informasi terkait pemberitaan politik serta khalayak dapat memberikan feedback secara langsung. **Kedua**, pemilihan platform instagram sebagai fokus penelitian. **ketiga**, penerapan studi netnografi pada metode penelitian. **Keempat**, penggunaan akun @pinterpolitik sebagai fokus pembahasan. Namun, referensi tersebut hanya menjadi acuan yang dapat dijadikan sebagai asumsi penulis dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian masing-masing memberi gambaran bahwa media sosial memiliki peran yang besar dalam memberikan informasi politik. Berdasarkan persamaan yang telah disebutkan, tentu yang menjadi pembeda dengan penelitian ini yaitu, tujuan penggunaan akun @pinterpolitik pada penelitian terdahulu hanya menjadi sebuah indikator seberapa besar pemanfaatan akun tersebut dimanfaatkan oleh generasi z dalam menggunakan hak pilih pada pemilu, bukan sebagai sarana sosialisasi politik dalam membangun diskusi dan respon masyarakat *online/netizen* terkait konten yang disajikan. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode penelitian studi netnografi yang dimanfaatkan untuk melihat respon masyarakat *online/netizen* terhadap konten politik yang disajikan oleh @pinterpolitik. Beberapa hal tersebut yang sekiranya menjadi pembeda penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yang telah disebutkan di atas.

Berdasarkan uraian diatas, besarnya peran media sosial serta banyaknya informasi yang disajikan didalamnya, khususnya informasi terkait politik adalah sebuah alasan

penulis mengambil tema penelitian ini. Selain itu, adanya kemudahan akses dan komunikasi menjadi sebuah terobosan bagi masyarakat untuk memahami politik dengan mudah. Penelitian ini berfokus pada akun instagram @pinterpolitik, khususnya unggahan yang memiliki komentar terbanyak sepanjang bulan Februari 2022 yang menjadi sarana sosialisasi politik. Penulis memiliki asumsi bahwa, dengan banyaknya pengguna media sosial di dunia maupun Indonesia, tentu banyak dimanfaatkan masyarakat *online/netizen* untuk menerima dan memberi informasi politik menggunakan pengetahuan politik yang mereka miliki. Akun @pinterpolitik sebagai salah satu akun yang menyajikan konten politik yang memiliki keunggulan (jumlah *followers*, rata-rata *likes* dan *comments*) dibanding dengan akun lainnya, akan dimanfaatkan masyarakat *online/netizen* sebagai sarana sosialisasi politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka selanjutnya rumusan masalah yang akan diteliti adalah **Bagaimana respon masyarakat *online/netizen* terkait materi yang disajikan oleh akun @pinterpolitik sebagai sarana sosialisasi politik menggunakan studi netnografi?**

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan yang akan diteliti, pada dasarnya tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai permasalahan yang diteliti, adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon masyarakat *online/netizen* terkait konten yang disajikan oleh akun @pinterpolitik sebagai sarana sosialisasi politik menggunakan studi netnografi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dalam penelitian ini :

1. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan dan informasi terkait bagaimana masyarakat *online/netizen* memanfaatkan media sosial instagram untuk melakukan sosialisasi politik dan diskusi terkait konten yang disajikan oleh akun @pinterpolitik.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan baru serta pengalaman yang tidak di dapat saat perkuliahan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagian awal skripsi

Pada bagian awal skripsi terdapat *cover* yang berisi judul skripsi; tujuan dibuatnya penelitian ini; logo universitas; nama mahasiswa, nama fakultas dan jurusan ; dan tahun pembuatan. Selanjutnya, halaman berikutnya diteruskan dengan halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pernyataan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan halaman abstrak.

2. Bagian utama skripsi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat Penelitian

1.5 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep dan Teori Penelitian

2.2 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.2 Jenis Penelitian

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.4 Sumber Data

3.5 Teknik Analisis Data

3.6 Tabel Rencana Waktu

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Subjek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Pembahasan

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA