

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu elemen dalam demokrasi yaitu kebebasan pers. Kebebasan pers dianggap dapat membangun kesadaran politik masyarakat. Semenjak kemunduran era kepemimpinan Soeharto pada 1998, maka melahirkan liberalisasi dan relaksasi politik di Indonesia. Era setelah kemunduran Soeharto disebut sebagai era Reformasi. Era reformasi di Indonesia mengalami transformasi paradigma dan sistem politik yang cukup signifikan. Salah satu yang mengalami perubahan paradigma politik yaitu kebebasan pers. Kontribusi media dianggap cukup signifikan terhadap konstruksi kesadaran, pemahaman, dan perilaku politik masyarakat, termasuk kehadiran media yang turut andil dalam mempengaruhi perilaku politik di masyarakat (Mustapa, Suntoro, & Yanzi, 2014, p. 16).

Pentingnya media massa dalam demokrasi sebagai sebuah nafas yang tidak dapat terpisahkan. Media menjadi pilar keempat dari demokrasi, era reformasi menjadikan media berperan sebagai pelaksana pendidikan politik dalam kerangka pencerdasan masyarakat. Hal ini dikarenakan media massa memberikan ruang untuk masyarakat dapat mengakses tanpa batasan segala informasi yang ada di dalamnya. Media massa berperan untuk memberikan laporan serta memberitakan peristiwa-peristiwa politik yang sedang terjadi (Mustapa, Suntoro, & Yanzi, 2014, p. 14). Peristiwa-peristiwa yang terjadi, dapat tersampaikan kepada khalayak ramai melalui media massa yang selanjutnya masyarakat dapat memberikan tanggapan serta tafsirannya dari teks-teks berita yang tersaji dalam media tersebut. Media massa dengan kata lain memiliki fungsi persuasif yang mampu membentuk pendapat umum dan mampu mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang (Rachmah, 2012, p. 5).

Peran media sebagai tempat membagikan pemberitaan saat ini sudah beralih mengikuti perkembangan jaman. Media massa yang erat kaitannya dengan sarana pemberitaan informasi kepada masyarakat sudah berkembang kepada dunia digital yang lebih sering disebut sebagai media massa (Holmes, 2010, p. 31). Perbedaan media massa dengan media sosial hanya pada kualitas

yang diberikan oleh masing-masing media. Pada media sosial, masyarakat lebih leluasa untuk bersosialisasi dengan masyarakat lainnya dalam dunia maya. Namun hal ini tidak mengurangi atau menghilangkan esensi dari media itu sendiri yang adalah berfungsi sebagai tempat untuk membagikan informasi (Nasrullah, 2015, p. 47).

Penggunaan internet bagi perpolitikan saat ini bisa menjadi ruang terbuka komunikasi masyarakat, pengaksesan informasi, transparansi, dan lain-lain. Pada awalnya, media digital atau internet digunakan oleh aktor-aktor politik sampai kepada partai politik untuk menjadi media sosialisasi politik karena biaya penggunaannya yang murah dan terjangkau (Nasrullah, 2015, p. 50). Seiring berjalannya waktu, internet dilihat memiliki peran yang andil untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat, hal ini dikarenakan penggunaan internet di Indonesia meningkat pesat. Menurut riset yang dilakukan oleh *Hootsuite* pada Januari 2019, didapatkan hasil bahwa pengguna internet di Indonesia per Januari 2019 adalah sebanyak 150 juta jiwa orang dengan penetrasi mencapai 56% dari keseluruhan populasi. Data dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) menjelaskan bahwa Indonesia menjadi pengguna internet nomer tiga terbanyak sebanyak 212,40 juta jiwa. Hal ini dapat dilihat bahwa kenaikan pengguna internet di Indonesia cukup signifikan (Effendi, Wahyu, Hendra, & Matondang, 2019, p. 7).

Data pengguna internet yang sudah sangat meningkat, maka penggunaan media sosial dalam Pemilu 2019 dianggap menjadi sebuah cara yang tepat dan efisien guna mempengaruhi hak pilih masyarakat. Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara online yang membuka ruang untuk manusia saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Effendi G., 2014, p. 20). Selain itu, media sosial dianggap sebagai jembatan yang efektif dan efisien antara pemerintah dan masyarakat secara umum. Bentuk kepercayaan antara pemerintah dan masyarakat sangat erat kaitannya dengan bagaimana komunikasi dibangun dalam sebuah media dan media sosial adalah salah satu media baru yang saat ini menjadi hal yang cukup berpengaruh dalam melakukan komunikasi dan pemberian pengaruh kepada masyarakat secara umum (Effendi G., 2014, p. 15). Hal ini ditunjukkan dengan banyak sekali muncul berbagai macam informasi dan berita politik pra hingga pasca Pemilu 2019.

Pada media sosial juga ide-ide, gagasan, hingga kepada diskusi dan perdebatan mulai berpindah ke ruang-ruang maya. Kebebasan berpendapat juga dapat dirasakan mulai banyak

terjadi secara bebas di media sosial. Masyarakat dapat dengan aktif menggunakan sosial medianya untuk mengemukakan pendapat dan saran mereka terkait perpolitikan di Indonesia. Hal ini dikarenakan ramainya pemberitaan dari berbagai sumber mengenai calon-calon legislatif dan presiden yang diperbincangkan sehari-hari (Mustapa, Suntoro, & Yanzi, 2014, p. 17).

Isu atau pemberitaan politik yang dapat menjadi contoh adalah mengenai pemilu atau pesta demokrasi yang menjadi ajang kontestasi para aktor politik yang ingin menjajakan kaki menjadi pemimpin atau anggota dalam struktur politik. Pemilu atau Pemilihan Umum merupakan salah satu proses politik dimana masyarakat dapat menggunakan hak pilih dan partisipasi politiknya dalam sistem demokrasi. Setiap masyarakat yang sudah memenuhi syarat seperti warga negara Indonesia, warga yang telah genap berusia tujuh belas tahun, terdaftar sebagai pemilih di DPT, tidak sedang terganggu jiwa atau ingatannya, tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan keputusan pengadilan yang telah mempunyai hukum tetap, dan seorang purnawirawan TNI dapat memberikan hak suaranya dalam Pemilu (Rizkinaswara, 2019, p. 25). Pemilu adalah wujud dari Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 1 Ayat 2 yaitu “kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut UUD”, sehingga pesta demokrasi yang ada adalah dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.

Salah satu pesta demokrasi besar yang terjadi adalah pada Pemilu 2019. Dikatakan besar karena pada Pemilu 2019, Indonesia mengadakan pemilihan presiden yang diikuti dengan pemilihan dewan perwakilan rakyat secara serentak. Pada tahun politik ini, masyarakat mulai dari tingkat kabupaten/kota sampai provinsi dapat memberikan hak suaranya untuk memilih secara langsung pilihannya. Hal ini mengakibatkan aktor politik hingga partai politik gencar mengkampanyekan para calon legislatif dan calon presiden yang diusung. Berbagai macam media digunakan untuk dapat mempengaruhi pandangan dan suara masyarakat guna meraih suara terbanyak dalam Pemilu. Beragam infomarsi dibagikan pada Pemilu 2019 ini mulai dari secara konvensional maupun menggunakan media baru atau digital (Fahmi, 2011, p. 3).

Penggunaan media sosial dalam pemberian informasi dan kampanye pada pemilu 2019 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi generasi milenial. Menurut Sensus Penduduk 2020, Generasi milenial mendominasi penduduk Indonesia yaitu sebesar 25,87% atau mencapai 69,90 juta jiwa (Frey, 2018, p. 51). Generasi ini memiliki keunggulan dari generasi-

generasi yang sebelumnya. Generasi Milenial memiliki kecenderungan hidup dengan teknologi yang tergolong maju. Jumlah kaum milenial yang semakin menguasai demografi ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi bangsa Indonesia baik di masa sekarang maupun di masa depan (Aji , 2019, p. 21) . Kecenderungan penggunaan internet yang digunakan oleh generasi milenial ternyata memberikan pengaruh juga terhadap partisipasi politik mereka. Dilihat dari keaktifan yang mereka ikuti dengan mengikuti akun-akun partai politik, mengomentari isu politik hingga pembentukan pandangan akan suatu calon atau pasangan calon yang sedang mengikuti kontestasi politik.

Antusias dari generasi milenial dalam pemilu 2019 ini dilihat dari bertambahnya jumlah pemilih muda di Pemilu 2019. Dilihat dari data yang didapat oleh Pusat Penelitian LIPI, terdapat peningkatan pemilih milenial dalam pemilu 2019. Pemilih milenial mendominasi 40% suara dalam pemilu atau sekitar 80 juta jiwa dari 185 juta pemilih. Sedangkan pada Pemilu sebelumnya yaitu Pemilu 2014, yaitu hanya 11% suara atau sekitar 20 juta jiwa dari total 186 juta pemilih dalam Pemilu 2014 (Rageh, 2014, p. 1). Antusias lainnya yang didapat adalah kecenderungan mereka bertukar pikiran dan pandangan mengenai calon-calon pada pemilu 2019 yang dilihat dari komentar-komentar mereka pada akun sosial media yang ada.

Salah satu media massa yang bergerak di media sosial adalah akun PinterPolitik. PinterPolitik memiliki kepentingan yang sejalan dengan slogan mereka yaitu ‘Suara Politik Milenial’. Mereka bergerak dengan tujuan yaitu dapat berperan menyebarkan berbagai macam informasi politik, memberikan pengaruh pada pembuatan kebijakan dan pelaksanaannya, dan berusaha untuk memiliki informasi atau opini yang menguntungkan yang tercermin dalam pengambilan keputusan (PinterPolitik.com, 2019). PinterPolitik membagikan berbagai macam informasi politik yang dikemas dengan infografis sehingga generasi milenial dapat memahami disamping pola literasi mereka yang rendah. Pemberian informasi politik yang dilakukan oleh akun PinterPolitik tersebut, generasi milenial diberikan ruang untuk bersuara terhadap isu politik yang sedang terjadi. PinterPolitik juga memiliki program wawancara dengan aktor politik yang secara tidak langsung dapat menyampaikan opini dan pandangan mereka sebagai milenial kepada para pemangku kebijakan (PinterPolitik.com, 2019).

Perbedaan yang dimiliki oleh media masa PinterPolitik dengan media massa lainnya adalah keaktifan mereka di media sosial dengan menjejaring banyak platform media sosial. Meskipun tergolong portal berita, namun teknik pengemasan dan penyampaian yang dilakukan oleh PinterPolitik dikemas dengan infografis menggunakan design kekinian yang sedang digemari oleh generasi milenial. Sampai saat ini memiliki sekitar 340 ribu pengikut di *Instagram*, 231 ribu *subscriber Youtube*, 11.500 pengikut di *Twitter*. Diisi dengan berbagai konten-konten seputar informasi politik di Indonesia yang dirangkai menjadi sebuah infografis sehingga memudahkan pembaca dalam mendapatkan informasi. PinterPolitik tidak hanya bergerak di media sosial *Instagram* saja, namun juga aktif di media sosial *Youtube*, *Website*, *Twitter*, *Facebook* hingga *e-book*. Hingga saat ini, PinterPolitik juga telah meluncurkan banyak buku yang dapat dibeli secara online. Selain itu juga akun ini banyak melakukan kegiatan seperti *podcast* dan wawancara dengan tokoh-tokoh politik di Indonesia.

Sebagai tolak ukur penelitian ini, penulis akan mengkaji beberapa jurnal dan karya ilmiah yang memiliki tema serupa untuk memperdalam topik penelitian. Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa jurnal untuk mengkaji dan memberitahukan kepada pembaca tentang hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang tentunya berkesinambungan dengan penelitian penulis dan menghubungkan kepada beberapa literatur yang telah dibuat.

Jurnal dengan judul **“Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM”** oleh Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra dalam *Jurnal PolGov Vol.2 No.1*, Tahun 2020. Dalam penelitian ini menganalisis pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019 yang difokuskan kepada mahasiswa FISIPOL UGM. Hasil yang didapatkan adalah terdapat pengaruh antara media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula di FISIPOL UGM. Melalui media sosial, pemilih pemula dapat mengenal dan mengetahui gagasan yang dibawa para calon. Hasil lain didapatkan tanggapan bahwa Pemilu dengan kampanye secara online mampu menjadi titik terang demi terwujudnya Pemilu yang lebih demokratis ( (Nurcholis & Putra, 2020).

Selanjutnya, jurnal kedua berjudul **“Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Millennial”** oleh Christiany Juditha dan Josep Darmawan, Puslitbang Aplikasi Informatika dan Informasi Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI,

dalam jurnal *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol 22 No.2: Desember 2018*. Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai media *digital* sebagai wadah partisipasi politik generasi milenial. Pengalaman bersejarah yang unik dari para milenial ini telah membentuk mereka memiliki konektivitas dengan politik dan komunitas mereka (Gilman & Stokes, 2014). Milenial juga sering dianggap sebagai generasi yang paling tidak peduli dengan isu dan permasalahan politik. Data dari (EACEA (., 2012) menyebutkan generasi ini relatif sangat sedikit yang mau bergabung dalam partai politik. Mereka juga memiliki tingkat ketidakpercayaan kepada pemerintah dan politisi serta sikap sinis terhadap lembaga pemerintahan dan juga kebijakannya (Juditha & Darmawan, 2018).

Jurnal ketiga berjudul **“Dampak Mengakses Instagram @pinterpolitik Terhadap Perilaku Politik Generasi Z pada Pemilu 2019”** oleh Tampan Hawari Amru, Hamdani M. Syam, dan Novi Susilawati dalam jurnal *Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Vol.6 No.02: Mei 2021*. Dalam jurnal ini, peneliti mencoba untuk meneliti sejauh mana dampak mengakses akun instagram @pinterpolitik terhadap perilaku politik generasi z kota Banda Aceh pada pemilu 2019. Penelitian ini mencoba memperoleh sampel pada pemilu 2019. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa penelitian menunjukkan hasil yang positif bahwa ada dampak yang signifikan dari mengakses akun instagram @pinterpolitik terhadap perilaku politik generasi z.

Jurnal keempat berjudul **“Participation as the Essence of Good Governance: Some General Reflection and a Case Study on the Arctic Council”** oleh Margherita Paola Poto dan Lara Fornabaio dalam jurnal *Arctic Review on Law and Politics, Vol 8, 2017, pp. 139-159*. Dalam penelitian ini, kontribusi ini mengeksplorasi aspek *Good Governance* pada dimensi global dengan partisipasi sebagai salah satu elemen kunci dari sistem yang diatur dengan baik, dengan fokus pada komitmen *Arctic Council* untuk meningkatkan partisipasi masyarakat adat dalam proses pengambilan keputusan lingkungan (Poto & fornabaio, 2017, p. 143). Cara berpikir revolusi baru berdasarkan akses yang lebih mudah ke informasi telah meningkatkan konektivitas antar aktor, sehingga akan meningkatkan peluang bagi mereka untuk menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan.

Jurnal kelima yaitu **“Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan”** oleh Addina Islami Utama Siregar

dalam Jurnal *Simbolika Vol. 7 No.1, 2021*. Penulis mengungkapkan bahwa terdapat hasil temuan dari penelitiannya yaitu media sosial terutama telepon seluler dan internet sudah menjadi kebutuhan hidup generasi milenial. *WhatsApp* dan *Instagram* menjadi media sosial dengan intensitas penggunaan paling tinggi yang digunakan oleh generasi milenial. Namun ditemukan fakta bahwa informan relatif rendah dalam menggunakan media sosial dalam hal partisipasi politik karena mereka hanya sebatas terpapar informasi politik saja yang mereka dapatkan di media sosial.

Jurnal keenam berjudul **“The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results from Rural Pakistan”** oleh Taufiq Ahmad, Alma Alvi, Muhammad Ittefaq dalam Jurnal *SAGE July-September 2019*. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan survey online terhadap 200 mahasiswa sarjana dan pascasarjana di Universitas Narowal, Pakistan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa menggunakan media sosial untuk kesadaran dan informasi politik. Keberhasilan politik secara signifikan didasarkan pada partisipasi politik online. Dalam jurnal ini, peneliti menyimpulkan temuan penelitiannya menunjukkan bahwa aktivitas politik online sangat berkorelasi dengan kesadaran politik dan partisipasi generasi muda atau pengguna media sosial secara offline .

Jurnal Ketujuh berjudul **“Incidental News Exposure via Social Media and Political Participation: Evidence of reciprocal Effects”** oleh Sangwon Lee dan Michael Xenos dalam Jurnal *SAGE new media & society, 2020*. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya hubungan yang lebih kompleks daripada kebanyakan penelitian. Adanya hubungan antara terpaan berita insidental melalui media sosial dan partisipasi politik secara tidak langsung saling mempengaruhi melalui penggunaan media sosial untuk tujuan politik. Peneliti juga menemukan hubungan antara 2 konsep ini juga bersifat timbal balik.

Jurnal Kedelapan berjudul **“Partisipasi Politik Generasi Milenial di Instagram dalam Pemilu 2019”** oleh Nadia Laksmitha K dan Eko Harry Susanto dalam Jurnal *Koneksi Vol 3, No 1, Juli 2019*. Dalam penelitian ini penulis memperoleh hal-hal penting yang didapat dari hasil wawancara. Yang pertama, generasi milenial lebih memperhatikan partisipasi politik di media sosial. Kedua, Lingkungan media sosial mendorong partisipasi politik generasi milenial. Ketiga, *Instagram* sebagai sumber bahan diskusi generasi milenial. Keempat adalah *Instagram* digemari

oleh generasi milenial. Dari hasil penelitian ini dijelaskan juga bahwa generasi milenial tidak apatis, mereka justru terlibat aktif dalam perpolitikan.

Jurnal kesembilan berjudul **“Media Sosial, Trust, dan Partisipasi Politik pada Pemilih Pemula”** oleh Muhammad Wahyu Kuncoro dalam Prosiding Seminar Nasional Psikologi Unissula: penguatan keluarga di zaman now: Fakultas Psikologi 12 Mei 2018. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa variabel media sosial memberikan sumbangan positif terhadap variabel kepercayaan. Penggunaan blog, situs sosial media untuk berkomunikasi secara online dan komunikatif. Sedangkan variabel kepercayaan memberi sumbangan positif secara langsung terhadap partisipasi politik.

Jurnal kesepuluh berjudul **“Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial”** oleh Christiany Juditha dan Josep J. Darmawan dalam Jurnal Kominfo 2018. Dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui penggunaan media digital dan juga partisipasi politik generasi milenial. Peneliti mendapatkan hasil bahwa generasi milenial menganggap bahwa topik politik sebagai topik yang biasa saja. Meski begitu, responden tetap mengakui bahwa tetap mengikuti berita-berita politik yang kebanyakan diakses dari media sosial. Dari partisipasi politiknya dikatakan tetap rendah namun untuk pemberian suara tetap dilakukan oleh generasi milenial.

Penelitian selanjutnya adalah Skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Sosialisasi Politik Masyarakat Online/Netizen: Studi Netnografi pada unggahan @PinterPolitik di Instagram”** oleh Muhammad Ibnu Hakim tahun 2022. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa telah terjadinya orientasi politik masyarakat yang dapat dilihat dari bagaimana mereka menanggapi dan mengkritisi unggahan. Selain itu, ditemukan juga bahwa kecenderungan partisipasi pengikut Instagram PinterPolitik, mereka berkomentar hanya untuk menanggapi sesuai dengan pandangan pribadi mereka. Namun, ada pendapat lain yang mengemukakan jika orientasi politik didapatkan jika respon admin dan komentar lain memiliki informasi yang valid dan akurat.

Kebaharuan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah kaitannya penggunaan media digital yaitu akun PinterPolitik yang memiliki akun yang tersebar di seluruh sosial media seperti yang digunakan oleh akun PinterPolitik adalah Instagram, Youtube, Facebook,



Twitter, TikTok, dll. Dalam kaitannya dengan Partisipasi Politik generasi milenial dalam Pemilu serentak 2019, penelitian ini memberikan kebaruan dengan cara mewawancarai salah satu Redaktur PinterPolitik dan juga beberapa orang pengikut akun-akun PinterPolitik di media sosial. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai **Peran Media Massa (Akun PinterPolitik) dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Milenial di Media Sosial Pada Pemilu 2019.**

## **I.2 Rumusan Masalah**

Mewujudkan generasi milenial yang aktif dan kritis terhadap pembangunan ekosistem politik di Indonesia menjadi dasar dari terbentuknya akun PinterPolitik. Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Peran Media Massa (Akun PinterPolitik) dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Milenial di Media Sosial Pada Pemilu 2019?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media massa PinterPolitik dalam hal nya terkait partisipasi politik milenial dalam media sosial pada studi kasus Pemilu 2019. Dengan visi misi dan tujuan dari akun media sosial ini maka akun media sosial dapat menjadi sarana partisipasi politik milenial di Indonesia.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat atau kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi Penulis**

Adanya penelitian ini, diharapkan penulis dapat menambah serta memperdalam wawasan yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan. Penelitian ini juga bermanfaat untuk pengembangan teori partisipasi politik khususnya partisipasi politik konvensional yang dilakukan oleh generasi milenial dengan pemanfaatan media sosial sebagai ruang diskusi dan pengetahuan publik.

#### **b. Bagi Pembaca**



Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan yang didapat dari wawancara beberapa pengikut akun PinterPolitik dan kajian literatur. Lalu berisi juga mengenai ruang diskusi publik pada akun PinterPolitik yang didapat dari kolom komentar pada konten-konten yang mendapat perhatian dan pertimbangan oleh pemerintah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.