

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI
POLITIK PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN INDRAMAYU PADA
PEMILIHAN PRESIDEN (PILPRES) TAHUN 2024
(STUDI TENTANG: UU NO.7 TAHUN 2017 TENTANG
PEMILIHAN UMUM)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sarjana (S-1)
Program Studi Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Wiralodra

Oleh
SEKAR MUTIARA SANI
NPM. 652010120021



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WIRALODRA
INDRAMAYU
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI
POLITIK PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN INDRAMAYU PADA
PEMILIHAN PRESIDEN (PILPRES) TAHUN 2024
(STUDI TENTANG: UU NO.7 TAHUN 2017 TENTANG
PEMILIHAN UMUM)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sarjana (S-1)
Program Studi Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Wiralodra

Peneliti

SEKAR MUTIARA SANI
NPM. 652010120021

Disetujui Pembimbing:

Indramayu, 12 September 2024

Pembimbing I,



Dr. Ismanudin, Drs., M.Si.
NIDN. 0415086701

Pembimbing II,



Ilham Setiawan, S.H., M.Si.
NIDN. 0407097002

**Mengetahui dan Mengesahkan,
Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan
Universitas Wiralodra**



Luthfi Faisal Natsir, S.IP., M.Si.
NIDN. 042068905

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya susun adalah benar-benar hasil pemikiran sendiri tanpa menjiplak atau meniru karya tulis orang lain. Manakala dikemudian hari ternyata skripsi ini adalah jiplakan/tiruan, maka saya bersedia gelar dicabut dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Indramayu, 28 Agustus 2024



Sekar Mutiara Sani

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN INDRAMAYU PADA PEMILIHAN PRESIDEN (PILPRES) TAHUN 2024 (STUDI TENTANG: UU NO.7 TAHUN 2017 TENTANG PEMILIHAN UMUM)

Oleh: Sekar Mutiara Sani

Media sosial sekarang ini telah menjadi tren dalam perpolitikan Indonesia, dan digunakan dalam kegiatan pemilihan umum. Salah satu aspek yang paling mencolok dari perkembangan media sosial adalah dampaknya terhadap politik. Platform Instagram telah menjadi alat penting dalam kampanye pemilu politik. Politisi dan partai politik menggunakan platform ini untuk berinteraksi dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, dan menggalang dukungan. Instagram juga mempengaruhi proses demokrasi dengan memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas. Para pemilih dapat menggunakan platform tersebut untuk mempelajari kandidat, mendiskusikan isu-isu politik, dan mengatur aktivitas politik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori media sosial dan teori partisipasi politik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara pengumpulan data berbentuk angket/kuesioner yang disebar secara *online* (dalam jaringan) dengan menggunakan *google form* kepada 97 responden penduduk Kabupaten Indramayu yang termasuk dalam kategori para pemilih pemula yang berusia 17-21 tahun pada hari pemungutan suara, sudah memiliki hak suara pada Pemilihan Umum tahun 2024, dan memiliki akun media sosial Instagram.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu diketahui bahwa media sosial Instagram berpengaruh sangat rendah terhadap partisipasi politik sebesar 0.194 (19,4%) sedangkan 80,4% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengujian terhadap hipotesis penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram berpengaruh secara positif tetapi sangat rendah terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Partisipasi Politik, Pemilih Pemula, Pilpres 2024

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON THE POLITICAL PARTICIPATION OF NOVICE VOTERS IN INDRAMAYU REGENCY IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION (STUDY ON: LAW NO.7 OF 2017 CONCERNING GENERAL ELECTIONS)

By: Sekar Mutiara Sani

Social media has now become a trend in Indonesia's politics and is used in general election activities. One of the most striking aspects of the development of social media is its impact on politics. The Instagram platform has become an important tool in political election campaigns. Politicians and political parties use these platforms to interact with voters, spread campaign messages, and rally support. Instagram also influences the democratic process by allowing for wider political participation. Voters can use the platform to study candidates, discuss political issues, and organize political activities.

In this study, the researcher used social media theory and political participation theory. The purpose of this study is to find out whether Instagram social media has an influence on the political participation of novice voters in Indramayu Regency in the 2024 Presidential Election. This study uses a quantitative method by collecting data in the form of questionnaires distributed online (in the network) using a google form to 97 respondents who are residents of Indramayu Regency who are included in the category of novice voters who are 17-21 years old on voting day, already have voting rights in the 2024 General Election, and have Instagram social media accounts.

The results obtained in this study are known that Instagram social media has a very low effect on political participation by 0.194 (19.4%) while the remaining 80.4% are other variables that are not studied in this study. Testing of the research hypothesis shows that Instagram social media has a positive but very low effect on the political participation of novice voters in Indramayu Regency in the 2024 Presidential Election.

Keywords: *Instagram Social Media, Political Participation, Novice Voters, 2024 Presidential Election*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, serta yang memberikan kekuatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 (Studi Tentang: UU No.7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum)”**.

Terselesaikannya penulisan ini tidak terlepas dari hambatan yang datang baik dari luar maupun dalam diri penulis. Berkat bimbingan, saran serta bantuan baik moral maupun spiritual serta arahan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga segala kesulitan dapat terlewati dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismanudin, Drs., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiralodra Indramayu;
2. Bapak Luthi Faisal Natsir, S.IP., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiralodra Indramayu;
3. Bapak Dr. Ismanudin, Drs., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi 1;
4. Bapak Ilham Setiawan, S.H., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi 2;
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiralodra Indramayu;
6. Teristimewa untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Susapto dan Ibu Yuanita terima kasih atas keikhlasan, cinta dan kasih sayang, doa, motivasi, serta finansial yang tidak akan pernah terbayarkan;
7. Teruntuk adik-adikku tersayang, Bagus Satria Dwi Hartono dan Januar Tri Widodo terima kasih untuk doa, dukungan, bantuan, dan cinta kasih yang diberikan;
8. Sahabat-sahabat saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan, semangat, motivasi, saran, waktu, dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini; dan
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan kasih sayang, rahmat, karunia dan balasan yang berlipat atas kebaikan seluruh pihak yang membantu terwujudnya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi orang banyak.

Indramayu, 28 Agustus 2024
Penulis,

Sekar Mutiara Sani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	11
PENDAHULUAN	11
1.1. Latar Belakang Penelitian	11
1.2. Identifikasi Masalah	24
1.3. Rumusan Masalah	24
1.4. Tujuan Penelitian	25
1.5. Manfaat Penelitian	25
1.5.1. Manfaat Teoritis	26
1.5.2. Manfaat Praktis	26
1.6. Sistematika Penulisan	27
BAB II	29
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .	29
2.1. Tinjauan Pustaka	29
2.1.1. Partisipasi	29
2.1.2. Politik	32
2.1.3. Partisipasi politik.....	34
2.1.4. Pemilih Pemula	37
2.1.5. Pemilihan Umum	38
2.1.6. Media Sosial.....	40
2.1.7. Instagram.....	43
2.1.8. Pengaruh.....	44

2.2.	Kerangka Pemikiran.....	46
2.3.	Asumsi (Anggapan Dasar).....	47
2.4.	Hipotesis	47
2.5.	Definisi Operasional dan Operasionalisasi Variabel	48
2.5.1.	Definisi Operasional.....	48
2.5.2.	Operasionalisasi Variabel.....	50
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
3.1.	Tipe Penelitian	53
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.3.1.	Data primer.....	56
3.3.2.	Data Sekunder	58
3.4.	Teknik Analisis Data.....	59
3.4.1.	Uji Validitas	59
3.4.2.	Uji Reliabilitas	60
3.4.3.	Analisis Regresi Linier Sederhana	61
3.4.4.	Uji Hipotesis.....	62
3.5.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	64
3.5.1.	Lokasi Penelitian.....	64
3.5.2.	Jadwal Penelitian.....	64
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1.	Hasil Penelitian.....	65
4.1.1.	Gambaran Umum Kabupaten Indramayu	65
4.1.2.	Visi dan Misi Kabupaten Indramayu	68
4.2.	Pembahasan	72
4.2.1.	Identitas Responden	72

4.2.2. Hasil Uji Validitas.....	75
4.2.3. Hasil Uji Reliabilitas	77
4.2.4. Hasil Angket/Kuesioner	78
4.2.5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	102
4.2.6. Hasil Uji Hipotesis	103
4.2.7. Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.....	106
BAB V	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Bentuk Partisipasi Politik.....	36
Tabel 2. 2. Kerangka Pemikiran.....	46
Tabel 2. 3. Operasionalisasi Variabel X.....	51
Tabel 2. 4. Operasionalisasi Variabel Y.....	52
Tabel 3. 1. Skala Likert.....	58
Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian.....	64
Tabel 4. 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 2. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 3. Identitas Responden Berdasarkan Memiliki Hak Suara Pada Pemilihan Umum Tahun 2024	74
Tabel 4. 4. Identitas Responden Berdasarkan Memiliki Akun Instagram	74
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial Instagram (X)	75
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Partisipasi Politik (Y).....	76
Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial Instagram (X).....	77
Tabel 4. 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Partisipasi Politik (X).....	78
Tabel 4. 9. Saya Aktif Dalam Menggunakan Instagram.....	79
Tabel 4. 10. Di Akun Instagram Masing-masing Paslon Disetting Public Untuk Dapat Dilihat Oleh Semua Orang Sehingga Mudah Ditemukan	80
Tabel 4. 11. Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membagikan atau Memposting Konten Kampanye di Instagram.....	81
Tabel 4. 12. Postingan Kampanye Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden di Instagram Menarik Perhatian Saya.....	82
Tabel 4. 13. Informasi yang Disampaikan pada Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Menyediakan Visi-Misi Pasangan Calon	83
Tabel 4. 14. Informasi yang Disampaikan pada Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Memuat Program Kerja yang Jelas	84

Tabel 4. 15. Informasi pada Postingan Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Banyak Membahas Mengenai Isu-isu Politik	85
Tabel 4. 16. Saya Memahami Informasi Politik yang Dibagikan Oleh Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden	86
Tabel 4. 17. Saya Dapat Berinteraksi dengan Pengguna Lainnya Melalui Kolom Komentar di Akun Media Sosial Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden	87
Tabel 4. 18. Menurut Saya Interaksi Media Sosial yang Dilakukan Melalui Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Sudah Efektif.....	88
Tabel 4. 19. Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membagikan Berbagai Kegiatan Kampanye Lewat Postingan Mereka.	89
Tabel 4. 20. Postingan Kegiatan Kampanye di Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membuat Saya Tertarik Akan Sosok Paslon Tersebut Hingga Membagikan Postingannya ke dalam Instagram Pribadi Saya	90
Tabel 4. 21. Saya Pernah Memberikan Like/Comment/Share pada Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden	91
Tabel 4. 22. Saya Juga Mencari Kembali Informasi-Informasi Di Akun Instagram Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden	92
Tabel 4. 23. Saya Menggunakan Hak Suara Saya dengan Memilih Salah Satu Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024.....	93
Tabel 4. 24. Saya Mengikuti Proses Pemilihan Sampai Akhir Pemungutan Suara	94
Tabel 4. 25. Saya Pernah Berdiskusi Tentang Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dengan Teman Atau Kelompok.....	95
Tabel 4. 26. Saya Melakukan Diskusi Politik Mengenai Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Saat Menyaksikan Debat Pilpres 2024	96
Tabel 4. 27. Saya Membagikan/Share Konten di Akun Instagram Pribadi Saya, Untuk Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung	97

Tabel 4. 28. Saya Mengajak Orang Lain/Teman/Keluarga Untuk Memilih Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden.....	98
Tabel 4. 29. Saya Terlibat dalam Kegiatan Kampanye Salah Satu Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung.....	99
Tabel 4. 30. Saya Bergabung dengan Kelompok Kepentingan Untuk Mendukung Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung.....	100
Tabel 4. 31. Saya Pernah Menjadi Bagian dari Tim Sukses Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung.....	101
Tabel 4. 32. Saya Pernah Bergabung Menjadi Panitia Penyelenggara Pemilihan Untuk Menyukseskan Pemilu 2024	101
Tabel 4. 33. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	102
Tabel 4. 34. Hasil Uji Koefisien (Uji T)	103
Tabel 4. 35. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Persentase Platform Media Sosial	13
Gambar 1. 2. Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia	15
Gambar 1. 3. Media Sosial yang Sering Digunakan Anak Muda untuk Mengakses Informasi Politik.....	16
Gambar 1. 4. Tingkat Partisipasi Masyarakat Kab. Indramayu	19
Gambar 1. 5. Postingan Instagram Paslon 1	22
Gambar 1. 6. Postingan Instagram Paslon 2	22
Gambar 1. 7. Postingan Instagram Paslon 3	22
Gambar 4. 1. Peta Administrasi Kab. Indramayu	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti.....	115
Lampiran 2. Angket/Kuesioner	116
Lampiran 3. SK Pembimbing Skripsi	125
Lampiran 4. Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas	126
Lampiran 5. Surat Pengantar Penelitian dari Bappeda-Litbang.....	127
Lampiran 6. Buku Bimbingan Skripsi	128
Lampiran 7. Hasil Uji SPSS Statistics	129
Lampiran 8. Tabulasi Data Responden (Variabel X).....	137
Lampiran 9. Tabulasi Data Responden (Variabel Y).....	138
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	139

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini dunia harus menyesuaikan diri dengan teknologi internet karena cepatnya proses globalisasi dan kemajuan teknologi. Dari awal kemunculannya, internet tidak pernah lepas dari perhatian masyarakat kelas mana pun, dari kelas bawah hingga atas. Internet terus menghasilkan hal-hal baru yang membuat penggunanya dapat menggunakan internet untuk waktu yang lama meskipun tergolong dalam teknologi baru. Media sosial adalah salah satu komponen internet yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat dunia saat ini. Media sosial telah berkembang menjadi alat baru yang memengaruhi kehidupan sehari-hari, termasuk lingkungan politik global dan terutama politik Indonesia (Julpahmi, 2023).

Media sosial sekarang ini telah menjadi tren dalam perpolitikan Indonesia, dan digunakan dalam kegiatan pemilihan umum, salah satunya digunakan untuk berkomunikasi politik. Komunikasi politik mencakup semua proses pertukaran dan pencarian informasi, termasuk fakta, pendapat, keyakinan dan seterusnya, yang dilakukan oleh para partisipan dalam kegiatan politik yang lebih melembaga (Abdul et al., 2019).

Oleh sebab itu, perkembangan media sosial telah menjadi fenomena yang sangat penting dalam perubahan sosial, budaya, dan politik di seluruh dunia. Dimulai sebagai platform sederhana untuk berbagi berita dan informasi, media

sosial telah berkembang menjadi jaringan global yang kompleks yang berdampak pada hampir setiap aspek kehidupan modern. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Sani & Al-Qardhawy, 2024).

Tahun demi tahun, media sosial mengalami perkembangan yang luar biasa. Saat ini ada banyak jenis media sosial seperti, Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Telegram, X (dahulu Twitter), dan lainnya. Sehingga masyarakat, terutama generasi muda dapat dengan bebas memilih antara berbagai jenis media sosial untuk keperluan hiburan dan komunikasi mereka (Nurcholis & Rizki Putra, 2020).

Saat ini, keberadaan media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi secara mendasar. Sebelumnya, komunikasi *online* sering kali hanya sebatas *email* dan pesan teks. Namun, media sosial menyediakan *platform* yang memungkinkan interaksi visual yang lebih langsung dan *real time*. Hal ini telah membuka peluang baru untuk berbagi cerita, memperluas jaringan sosial, dan mengekspresikan diri dengan lebih kreatif.

Pengguna media sosial di Indonesia berada pada top 10 negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Hootsuite (We Are Social) mengungkapkan bahwa penggunaan aktif media sosial di Indonesia per Januari 2024 adalah sebanyak 167 juta orang dengan tingkat penetrasi mencapai 60,4% dari keseluruhan populasi. Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial bisa mencapai 3 jam 11 menit setiap harinya dengan beberapa alasan utama dalam

penggunaannya seperti untuk menemukan informasi, berhubungan dengan teman maupun keluarga, menemukan ide-ide baru dan inspirasi, bahkan mengisi waktu luang, dan lainnya.



Gambar 1. 1. Persentase Platform Media Sosial

Sumber: *Hootsuite (We Are Social)*

Menurut riset yang dilakukan oleh Hootsuite (We Are Social) yang dirilis pada bulan Januari 2024 mengungkapkan bahwa platform media sosial Instagram menjadi yang paling banyak kedua digunakan setelah Whatsapp. Hal tersebut menunjukkan Instagram digunakan secara masif oleh masyarakat di Indonesia karena melalui Instagram mereka mudah untuk berinteraksi dan berkomunikasi tanpa memerlukan persiapan fisik terlebih dahulu.

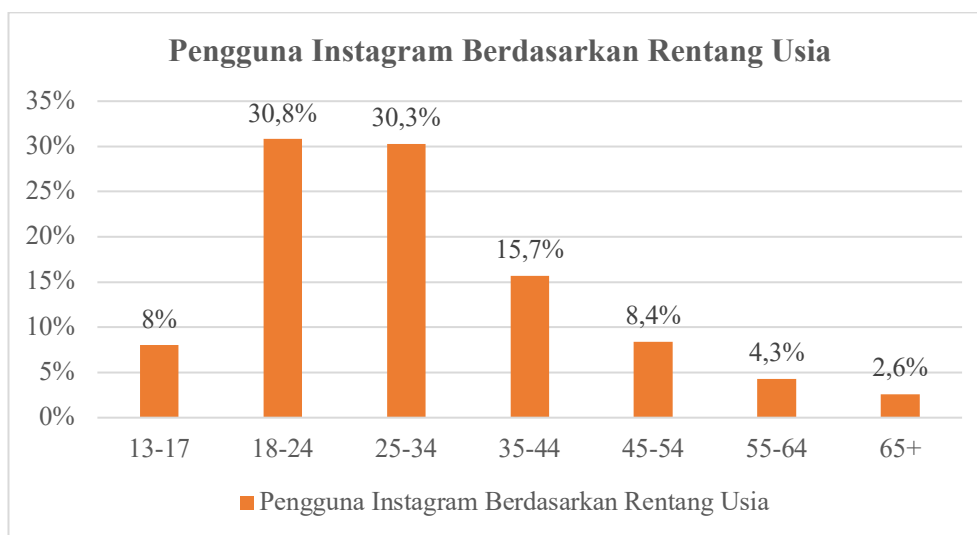
Laporan terakhir dari Napoleoncat menyatakan bahwa jumlah pengguna Instagram terbaru yang dirilis pada Februari 2024 sebesar 88,861,000 pengguna yang setara dengan 31.6% dari populasi total penduduk Indonesia. Berdasarkan penjabaran Worldometer dari data terbaru PBB per April 2024, jumlah penduduk Indonesia saat ini sebanyak 279.381.179 jiwa (worldometers, 2024).

Dengan jumlah tersebut, Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, penggunaan teknologi digital termasuk media sosial mengalami pertumbuhan yang semakin meningkat. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2024 Indonesia” menunjukkan bahwa perilaku pengguna internet di Indonesia terus berkembang (Riyanto, 2024).

Salah satu aspek yang paling mencolok dari perkembangan media sosial adalah dampaknya terhadap politik. Platform Instagram telah menjadi alat penting dalam kampanye pemilu politik. Politisi dan partai politik menggunakan platform ini untuk berinteraksi dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, dan menggalang dukungan. Instagram juga mempengaruhi proses demokrasi dengan memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas. Para pemilih dapat menggunakan platform tersebut untuk mempelajari kandidat, mendiskusikan isu-isu politik, dan mengatur aktivitas politik. Hal ini telah mengurangi hambatan tradisional terhadap partisipasi politik, seperti akses terhadap informasi dan partisipasi dalam debat politik.

Pada tahun 2014 media sosial tidak begitu berperan besar pada proses Pemilu, Masyarakat masih menggunakan media *mainstream* seperti televisi dan surat kabar untuk mendapatkan Informasi dan pola kampanye konvensional pada tahun 2014 adalah kampanye langsung yang mempertemukan kandidat dan pemilih. Sehingga dapat dikatakan bahwa pada tahun 2014 media *mainstream* masih memegang kendali atas Pemilu. Tetapi berbeda dengan tahun 2019 dimana media sosial sudah memainkan peran yang signifikan selama pemilihan Presiden dalam meningkatkan partisipasi pemilih khususnya pemilih pemula dan sebagian besar pemilih adalah

pengguna aktif media sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya partisipasi pemilih secara signifikan dari 69,58% menjadi 81,97%. Perolehan suara meningkat sekitar 20 juta dibandingkan Pilpres 2014 (Sellita, 2022).



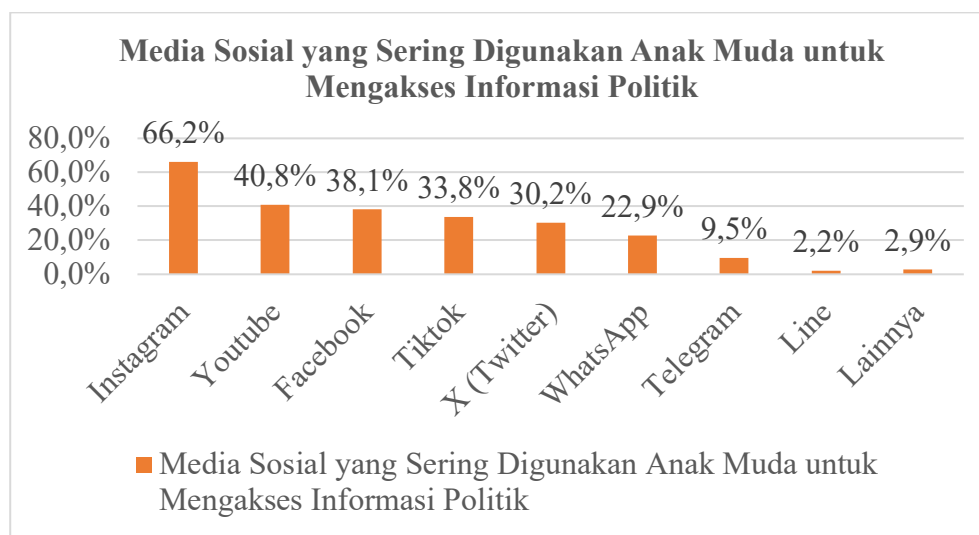
Gambar 1. 2. Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia

Sumber: Statista

Gambar 1.2. menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram di tahun 2024 didominasi oleh remaja dan dewasa muda. 30,8% pengguna Instagram masuk ke dalam kelompok usia 18-24 tahun. Kelompok usia 25-34 tahun menyusul di posisi ke-2 dengan nilai 30,3% dan kelompok usia 35-44 tahun di posisi ke-3 dengan nilai 15,7%. Hingga saat ini, Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia. 86,5% warga Indonesia usia 16-64 tahun merupakan pengguna Instagram.

Karena banyaknya penggunaan Instagram di Indonesia, banyak konten politik tersebar di sana. Ini karena media sosial memungkinkan komunikasi tersebar melalui individu atau kelompok, memungkinkan informasi menyebar dengan cepat. Akibatnya, banyak politisi menggunakan Instagram sebagai platform untuk

mempromosikan nama mereka atau lebih tepatnya kampanye mereka. Semakin mudahnya mendapatkan akses ke sosial media, semakin mudah bagi setiap masyarakat untuk mendapatkan konten politik yang berdampak langsung.



Gambar 1. 3. Media Sosial yang Sering Digunakan Anak Muda untuk Mengakses Informasi Politik

Sumber: Hasil Survei Katadata Insight Center (KIC)

Kemudian gambar 1.3. menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan anak muda Indonesia untuk mendapatkan informasi politik. Menurut survei KIC, dari 1.005 responden, mayoritas atau 66,2% di antaranya menggunakan Instagram untuk mengakses informasi politik. Kemudian 40,8% mengakses informasi tersebut melalui Youtube, 38,1% lewat Facebook, 33,8% lewat Tik Tok, dan 30,2% lewat Twitter. Sementara yang mengakses informasi politik lewat media sosial berbentuk aplikasi kirim pesan seperti Whatsapp, Telegram, dan Line lebih sedikit, seperti terlihat pada grafik.

Sebagai negara yang menganut paham demokrasi, Indonesia sudah tidak asing lagi dengan Pemilihan Umum (Pemilu), khususnya dalam pemilihan Presiden

dan Wakil Presiden. Pemilu yang demokratis telah dilangsungkan sejak tahun 1955 dan masih aktif hingga saat ini. Keberlangsungan Pemilu yang dilaksanakan tiap 5 tahun sekali menjadi sebuah pesta bagi hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia (Nurcholis & Rizki Putra, 2020).

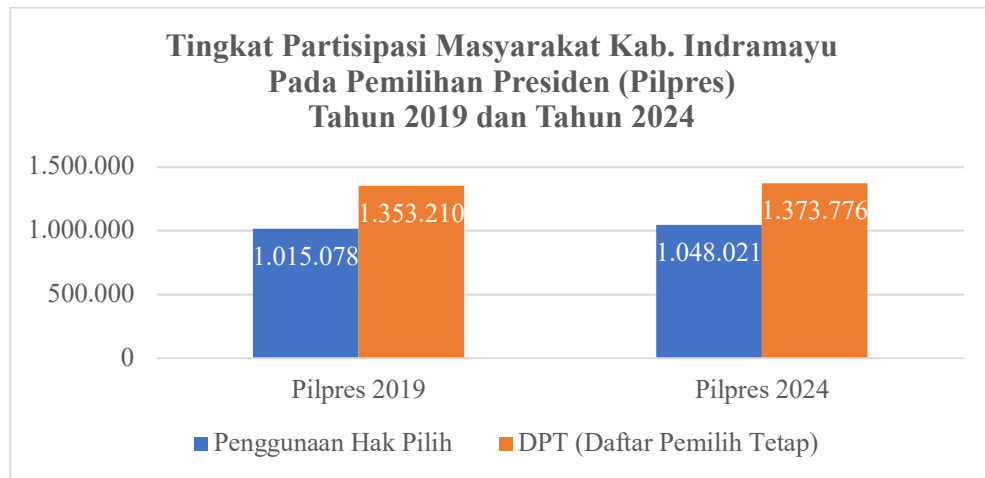
Menurut Pasal 1 (Ayat 1) Undang-undang No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sejalan dengan hal tersebut, Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui PKPU Nomor 3 Tahun 2020 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2024 telah menetapkan jadwal pelaksanaan tahapan Pemilu Tahun 2024 (Pemilu Serentak). Pemilu diadakan pada tanggal 14 Februari 2024 dengan tahapan yang terdiri dari:

- 1) Perencanaan program dan anggaran serta penyusunan peraturan pelaksanaan penyelenggaraan pemilu;
- 2) Pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih;
- 3) Pendaftaran dan verifikasi peserta pemilu;
- 4) Penetapan peserta pemilu;
- 5) Penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan;

- 6) Pencalonan presiden dan wakil presiden serta anggota DPR, DPD, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota;
- 7) Masa kampanye pemilu;
- 8) Masa tenang;
- 9) Pemungutan dan penghitungan suara;
- 10) Penetapan hasil pemilu; dan
- 11) Pengucapan sumpah/janji presiden dan wakil presiden serta anggota DPR, DPD, DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota.

Pada bulan Februari lalu, Kabupaten Indramayu telah menggelar Pemilu 2024 di 5.316 tempat pemungutan suara (TPS), dimana 5.310 TPS reguler tersebar di 317 desa/kelurahan di 31 kecamatan di Kabupaten Indramayu dan 6 TPS lokasi khusus di Lepas II B Indramayu dan Ma'had Al-Zaytun Indramayu. Indramayu sendiri adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Indramayu dan Indramayu sebagai pusat pemerintahannya. Kabupaten Indramayu terdiri dari 31 kecamatan, 8 kelurahan, dan 309 desa dengan luas wilayah sebesar 2.040,11 km² dan memiliki populasi penduduk sebanyak 1.851.383 jiwa dengan sebaran penduduk 904 jiwa/km².



Gambar 1. 4. Tingkat Partisipasi Masyarakat Kab. Indramayu

Sumber: KPU Kabupaten Indramayu

Gambar 1.4. di atas menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat Kabupaten Indramayu meningkat pada Pilpres tahun 2024. Penggunaan hak pilih pada tahun 2019 berjumlah 1.015.078 sedangkan pada tahun 2024 penggunaan hak pilih sebanyak 1.048.021. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan terdapat relevansi dengan kemajuan teknologi informasi berbasis internet atau media sosial khususnya Instagram sebagai faktor yang dapat meningkatkan keterlibatan politik pemilih pada Pilpres 2024.

Mengacu pada Pilpres tahun 2019, yang menjadi salah satu hal yang paling banyak diperbincangkan adalah partisipasi pemilih milenial. Hampir sebagian besar pemilih milenial adalah pemilih pemula. Pada UU No. 7 Tahun 2017 Bab IV pasal 198 (Ayat 1) tentang Pemilihan Umum, Pemilih Pemula merupakan Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah genap berusia 17 tahun atau lebih, atau sudah/pernah menikah, yang mempunyai hak memilih dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang Pemilu.

Pemilih pemula biasanya adalah kelompok orang yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilihan. Hal ini disebabkan fakta bahwa mereka baru saja mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP), yang merupakan syarat untuk memiliki hak memilih. Pemilih pemula biasanya dipandang sebelah mata karena mereka kurang memahami politik dan dianggap tidak sebanding dengan pemilih yang lebih tua. Namun, karena jumlah pemilih pemula yang cukup besar sekitar 14 juta suara pemilih pemula sangat penting bagi para calon pada Pemilu 2019 (Nurcholis & Rizki Putra, 2020).

Tabel 1.1. Jumlah Pemilih Berdasarkan Kategori Pada Pemilu Tahun 2024 di Kabupaten Indramayu

Kategori	Tahun Lahir	Usia	Jumlah
Pre Boomer	< 1945	77	19.588
Baby Boomer	1946 – 1964	56 – 76	237.756
Gen X	1965 – 1980	40 – 55	451.668
Millennials	1981 – 1996	25 – 39	427.422
Gen Z	1997 – 2012	0 – 24	237.342
Total			1.373.776

Sumber: KPU Kabupaten Indramayu

Tabel 1.1. di atas diperoleh dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Indramayu mengenai jumlah pemilih berdasarkan kategori pada pemilu tahun 2024 di Kabupaten Indramayu dengan total pemilih sebanyak 1.373.776 orang. Dalam hal ini pemilih pemula dikategorikan sebagai Gen Z dengan jumlah pemilih sebanyak 237.342 orang.

Jika dikaitkan dengan partisipasi politik, generasi muda saat ini lebih terbuka dan terpengaruh oleh penggunaan media sosial mereka. Salah satu alasan adalah intensitas tinggi penggunaan media sosial. Tanpa disadari, sebagian besar kaum muda sudah berbicara tentang politik, membuat mereka ingin mengetahui apa yang sedang terjadi dalam politik. Karena banyaknya waktu yang dihabiskan di media sosial, pemilih pemula ternyata lebih suka menggunakan media sosial sebagai cara mereka memilih dalam pemilu (Ode Mudiani, et al., n.d.).

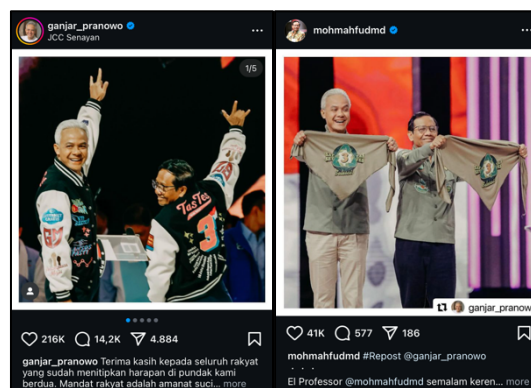
Oleh karena itu, pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia kemarin saling beradu eksistensi di Instagram. Seperti paslon 01, Pak Anies dengan akun pribadinya @aniesbaswedan dan Pak Muhaimin Iskandar dengan akun pribadinya @cakiminow, selain itu dari akun pribadi pak Prabowo @prabowo dan dari akun pribadi pak Gibran @gibran_rakabuming sebagai paslon 02, serta dari akun pribadi Pak Ganjar @Ganjar_Pranowo dan akun pribadi Pak Mahfud @mohmahfudmd sebagai paslon 03. Lewat akun media sosial Instagram pribadi masing-masing calon, mereka juga saling melakukan pembangunan citra sambil melakukan kampanye untuk mencari peluang lebih. Misalnya seperti membuat konten video yang menarik atau bentuk foto yang dibagikan agar dapat menjadi perbincangan orang-orang sehingga memunculkan banyak opini setelah melihat akun Instagram tertentu. Dari hal tersebut orang yang melihat bisa membagikan komentarnya atau opininya lewat *like* ataupun lewat kolom komentar dengan *mention* teman lainnya untuk dapat melihat dan menambahkan banyak opini lagi. Berikut beberapa konten ketiga pasangan calon presiden dan wakil presiden di Instagram sebagai upaya untuk berkampanye:



Gambar 1. 5. Postingan Instagram Paslon 1



Gambar 1. 6. Postingan Instagram Paslon 2



Gambar 1. 7. Postingan Instagram Paslon 3

Selain melakukan kampanye melalui media sosial Instagram, para calon presiden dan wakil presiden juga menggunakan sosial media yang lain, misalnya

dengan menggunakan Tiktok atau X (Twitter). Hal tersebut dilakukan supaya lebih efektif dan efisien dalam menggaet para pemilih, terutama pemilih pemula.

Terdapat penelitian yang dilakukan (Trisha Restu Swastika, 2020) tentang pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Masyarakat di pandang pada konteks Pemilu Kepala Desa yang dilaksanakan di Desa Talagasari Cikupa, dengan hasil simpulan bahwa dengan hasil uji linearitas regresi didapati persamaan $Y=24,271+0,988x$ yang berarti terdapat pengaruh positif media sosial terhadap partisipasi politik. Kemudian pada penelitian yang dilakukan (Sani & Al-Qardhawy, 2024) tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Fisip Uin Ar-Raniry Banda Aceh) dengan hasil simpulan menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019. Melalui media sosial para pemilih pemula mengenal dan mengetahui visi-misi yang disampaikan para calon.

Selanjutnya, didapati juga pada penelitian yang dilakukan (Nurcholis & Rizki Putra, 2020) tentang Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM, bahwa media sosial dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019. Masifnya kampanye para calon melalui media sosial menimbulkan dampak yang signifikan. Lewat hal tersebut, pemilih pemula dapat mengenal dan mengetahui gagasan yang dibawa para calon.

Beberapa ahli lainnya dalam penelitian dengan pengaruh penggunaan media berbasis digital yang bertujuan memberikan kontribusi untuk mendorong terjadinya

proses demokrasi ataupun partisipasi politik seperti yang dilakukan oleh Zúñiga (2012), Chen (2017), Copeland (2017), Yun (2011) maupun Holt (2013). Dalam pembahasan ini partisipasi politik menjadi topik inti yang harus dipelajari dengan sungguh-sungguh sejajar dengan konten media sosial yang tersebar (Permatasari, n.d.).

Atas dasar tersebut maka penulis ingin mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pada Pilpres 2024 terutama bagi pemilih pemula di Kabupaten Indramayu yang sedang intens dalam menggunakan media sosial sebagai aktivitas interaksi sesamanya secara virtual.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1) Belum diketahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap partisipasi para pemilih pemula pada Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024
- 2) Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal oleh generasi muda terutama para pemilih pemula

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024?
- 2) Seberapa besar pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024?

1.4. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.
- 2) Untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangsih pemikiran terhadap dunia akademis dalam kajian memahami pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik.
- b. Memperkaya koleksi perpustakaan, khususnya pada perpustakaan FISIP Universitas Wiralodra Indramayu, sehingga dapat menyumbang perkembangan pengetahuan.

1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya serta informasi bagi seluruh masyarakat Indonesia secara umum dan masyarakat Kabupaten Indramayu secara khusus tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden Tahun 2024.
- b. Bagi politikus, penelitian ini akan membantu mereka memahami bagaimana generasi muda dapat berpartisipasi dalam setiap Pemilu melalui media sosial.
- c. Penelitian ini dapat membantu pemerintah dan masyarakat di masa mendatang dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam Pemilu.
- d. Bagi generasi muda agar dapat menjadikan kajian ini sebagai informasi bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini mengacu pada pedoman penyusunan dan penulisan skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiralodra 2024. Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini peneliti menjabarkan masalah yang melatarbelakangi penelitian, mengidentifikasi dan merumuskan masalah, serta menguraikan tujuan dan manfaat penelitian terkait pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024

Bab II: Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Pada bab ini peneliti menjabarkan kajian teoritis yang mencakup teori-teori tentang media sosial, partisipasi politik, dan pemilih pemula. Peneliti juga menguraikan kerangka pemikiran yang relevan dengan penelitian ini serta hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini peneliti menjabarkan tipe penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan populasi dan sampel penelitian yaitu para pemilih pemula di Kabupaten Indramayu yang mempunyai akun Instagram. Peneliti juga menjabarkan mengenai operasionalisasi variabel, lokasi dan jadwal penelitian, serta teknik analisis data dengan uji statistik untuk menguji hipotesis berdasarkan penelitian lapangan.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti menjabarkan hasil penelitian yang meliputi data-data yang telah diukur untuk melihat pengaruh atau tidaknya media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada pemilihan presiden (Pilpres) tahun 2024. Peneliti juga menguraikan segala bentuk uji statistik yang digunakan pada penelitian ini.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini peneliti menguraikan kesimpulan berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Partisipasi

Partisipasi berasal dari bahasa latin, yaitu *pars* yang artinya bagian dan *capere* (sipasi) yang artinya mengambil. Bila dihubungkan “berarti mengambil bagian”. Sedangkan dalam bahasa Inggris, *participate* atau *participation* memiliki arti untuk ikut serta mengambil bagian ataupun mengambil peranan dalam tiap aktivitas atau kegiatan. Dapat disimpulkan bahwa partisipasi politik merupakan suatu kegiatan individu maupun sekelompok orang untuk dapat ikut serta secara aktif dalam kegiatan politik bernegara, seperti: ikut serta dalam pemilihan pemimpin Negara atau daerah, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*), dan lain sebagainya (Budiardjo, 2008).

Menurut Mubyarto, partisipasi adalah kesediaan untuk membantu berhasilnya setiap program sesuai dengan kemampuan setiap orang tanpa berarti mengorbankan kepentingan diri sendiri. Artinya, partisipasi menuntut kesediaan yang tulus tanpa dipaksa oleh orang lain. Selain itu, partisipasi dapat diartikan sebagai berperan serta atau ikut serta, seperti yang dianggap masyarakat Indonesia. Karena adanya peran serta atau keikutsertaan warga, banyak kegiatan publik, baik yang bersifat politik maupun nonpolitik, dapat terselenggara dengan baik. Orang-orang di Indonesia merancang tempat dan lokasi pemilihan untuk berbagai kegiatan pemilihan umum, seperti legislatif, presiden, kepala daerah, dan kepala desa.

Mereka melakukan ini untuk menarik pemilih untuk datang dan memberikan suara mereka. Jenis kegiatan ini dikenal sebagai partisipasi. (Samiri et al., n.d.).

Seperti yang dijelaskan oleh Cohen dan Hoff (Dwiningrum, 2011: 51), "partisipasi merupakan keterlibatan nyata orang-orang dalam proses pembuatan keputusan mengenai apa yang dilakukan dan bagaimana cara melakukannya", dan Conyers mengatakan bahwa partisipasi adalah alat yang berguna untuk mendapatkan informasi tentang sikap, harapan, dan kebutuhan masyarakat, serta untuk memberikan usul. Karena pengembangan dan pembangunan tidak akan berhasil tanpa kehadiran masyarakat. Pembangunan terdiri dari partisipasi masyarakat, sehingga setiap lapisan masyarakat akan memiliki hak dan kekuatan yang sama untuk menuntut keuntungan dari pembangunan. Menurut Krina (2003; 23), ada banyak hal yang perlu dipertimbangkan saat menciptakan partisipasi, termasuk institusi konstitusional, jaringan masyarakat sipil, budaya lokal, dan elemen seperti transparansi, akuntabilitas, dan kejujuran.

Selanjutnya menurut H.A.R. Tilaar, partisipasi merupakan bentuk keinginan untuk mengembangkan demokrasi melalui proses desentralisasi, yang memungkinkan perlunya perencanaan dari bawah ke atas dengan melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan masyarakatnya (Retnawati, n.d.).

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk berpartisipasi dalam masyarakat menurut Angell dalam Ross (Retnawati, n.d.). Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan tersebut:

a. Usia

Faktor usia mempengaruhi sikap seseorang terhadap kegiatan sosial. Orang-orang dari kelompok usia menengah ke atas, yang memiliki ikatan moral yang lebih kuat dengan prinsip dan norma masyarakat, cenderung lebih banyak berpartisipasi dalam kegiatan sosial daripada orang-orang dari kelompok usia lainnya.

b. Jenis Kelamin

Dalam kultur berbagai bangsa, orang mengatakan bahwa peran utama perempuan dalam banyak masyarakat adalah mengurus rumah tangga. Namun, nilai peran ini telah berubah karena gerakan emansipasi dan pendidikan perempuan yang lebih baik.

c. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu syarat utama untuk berpartisipasi. Pendidikan dianggap dapat mempengaruhi cara seseorang berperilaku terhadap lingkungannya, yang diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

d. Pekerjaan dan Penghasilan

Hal ini tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena pekerjaan seseorang memengaruhi gajinya. Seseorang dapat dimotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat jika memiliki pekerjaan dan penghasilan yang baik serta dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

e. Lamanya Tinggal

Berapa lama seseorang tinggal di lingkungan tertentu dan bagaimana mereka berinteraksi dengannya akan memengaruhi partisipasinya. Semakin lama seseorang tinggal di lingkungan tertentu, rasa memilikinya terhadapnya cenderung lebih terlihat dalam partisipasi yang lebih besar dalam setiap kegiatan yang dia lakukan di sana.

Dengan mempertimbangkan beberapa penjelasan, dapat disimpulkan bahwa partisipasi secara umum berarti keterlibatan yang mencakup keterlibatan fisik, mental, atau emosi dalam kegiatan apa pun dan mendukung pencapaian tujuan kegiatan tersebut. Oleh karena itu, partisipasi masyarakat adalah kesadaran dan kepedulian individu dan kelompok untuk berpartisipasi dalam menyumbangkan pemikiran, tenaga, dan kemampuan untuk kepentingan bersama dan tanggung jawab atas apa yang menjadi kesepakatan bersama.

2.1.2. Politik

Menurut Miriam Budiharjo (Budiardjo, 2008) politik adalah suatu aktivitas sosial dengan melalui kerja sama dengan orang lain, di samping itu juga merupakan usaha-usaha untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Konsep perjuangan kekuasaan didefinisikan sebagai perjuangan untuk kepentingan masyarakat. Dalam konteks ini, kekuasaan dibatasi oleh kemampuan seseorang atau kelompok untuk mengontrol tingkah laku individu atau kelompok lain sesuai dengan keinginan pelaku.

Politik adalah proses penciptaan dan pendistribusian kekuasaan dalam masyarakat, khususnya negara, yang berbentuk proses pengambilan keputusan.

Indonesia memang telah meratifikasi Konvensi Hak Sipil dan Politik, yang menjamin dua hak dasar demokrasi yaitu, hak untuk memilih dan hak untuk dipilih (Asiyah, et al., 2021).

Dalam bukunya berjudul "Politik", yang ditulis Aristoteles pada tahun 335 SM, dia menyatakan bahwa politik adalah dasar dari keberadaan manusia dalam masyarakat. Jika dua orang atau lebih berinteraksi satu sama lain (dalam kehidupan dunia), maka mereka tidak terlepas dari keterlibatan dalam hubungan bersifat politik. Politik menurut Rod Hague, adalah tentang cara kelompok-kelompok mencapai keputusan kolektif dan mengikat melalui upaya untuk mendamaikan perbedaan di antara anggota mereka. Dalam kebanyakan kasus, politik mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan oleh suatu sistem politik, termasuk proses menentukan tujuan sistem dan melaksanakan tujuan tersebut (Fenyapwain M, 2013). Menurut (Retnawati, n.d.) terdapat beberapa konsep politik yaitu sebagai berikut:

a. Negara

Menurut P. Anthonius Sitepu menyatakan bahwa negara adalah suatu organisasi dalam suatu wilayah.

b. Kekuasaan

Menurut Miriam Budiharjo (Budiardjo, 2008) kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau kelompok untuk mempengaruhi tingkah laku orang atau kelompok lain sesuai keinginan dari pelaku.

c. Pengambilan Keputusan

Menurut Karl W. Deutsch dalam Miriam Budiardjo (Budiardjo, 2008) yang mengatakan bahwa politik adalah pengambilan keputusan melalui sarana umum.

2.1.3. Partisipasi politik

Partisipasi politik adalah komponen utama demokrasi dan modernisasi politik merupakan ciri khasnya (Prasetyo et al., 2019). Menurut Samuel P. Huntington dan Joan Nelson yang dikutip oleh Prof. Miriam Budiardjo dalam buku Dasar-dasar Ilmu Politik (Budiardjo, 2008) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan yang dilakukan warga negara dengan tujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah. Selanjutnya, Huntington dan Nelson pun menjelaskan bahwa partisipasi politik dapat terwujud dalam berbagai bentuk seperti berpartisipasi dalam pemungutan suara, menghubungi pejabat-pejabat pemerintah dan pimpinan politik untuk mempengaruhi kepentingan mereka yang mengangkut hajat hidup orang banyak yang disebut *lobbying*, berperan sebagai anggota atau pejabat dalam suatu organisasi dengan tujuan mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah, mencari koneksi untuk para pejabat pemerintah dan biasanya bermanfaat hanya bagi satu orang atau segelintir orang serta terlibat dalam tindak kekerasan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah dengan menimbulkan kerugian fisik manusia maupun benda.

Sejalan dengan Huntington dan Nelson, salah satu pakar politik di Indonesia yaitu Miriam Budiardjo (Budiardjo, 2008) mendefinisikan arti partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam

kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*). Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilu, menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan (*contacting*) atau *lobbying* dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, menjadi anggota partai atau salah satu gerakan sosial dengan *direct action*-nya, dan sebagainya.

Sebenarnya dalam ilmu politik, konsep partisipasi politik sangat populer. Namun, banyak penggunaannya yang menghasilkan konsep berbeda. Namun, sebagian besar akademisi ilmu politik setuju bahwa partisipasi politik mengacu pada bagaimana masyarakat atau rakyat banyak terlibat dalam kegiatan politik. Kegiatan politik ini bertujuan untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Menurut Ramlan Surbakti ada dua faktor penting yang memengaruhi tingkat partisipasi politik seseorang, baik tinggi maupun rendah. Pertama, komponen kesadaran politik terhadap sistem politik. Dalam kesadaran politik, yang dimaksud adalah kesadaran tentang hak dan kewajiban warga negara, seperti hak politik, hak ekonomi, hak perlindungan hukum, kewajiban ekonomi, dan kewajiban sosial, antara lain. Kedua, bagaimana menilai dan mengapresiasi kebijakan dan pelaksanaan pemerintah. Kedua, menyangkut bagaimana penilaian serta apresiasi terhadap kebijakan pemerintah dan pelaksanaan pemerintahnya (Prasetyo et al., 2019).

Karena pemilu dianggap sebagai kegiatan politik, partisipasi pemilih didefinisikan sebagai keterlibatan individu atau kelompok sebagai warga negara dengan tujuan memberikan hak suaranya dalam pemilu.

Tabel 2. 1. Bentuk Partisipasi Politik

KONVENSIONAL	NON-KONVENSIONAL
Pemberian Suara (Voting)	Pengajuan petisi
Diskusi Politik	Berdemonstrasi
Kegiatan Kampanye	Konfrontasi, mogok
Membentuk dan Bergabung dalam Kelompok Kepentingan	Tindak kekerasan politik terhadap harta benda (perusakan, pengeboman, pembakaran)
Komunikasi Individual dengan Pejabat Politik dan Administratif	Tindakan kekerasan politik terhadap manusia (penculikan, pembunuhan)

Sumber: (Mochtar Mas'oe'd, 2016)

Menurut Gabriel A. Almond yang dikutip dalam buku Perbandingan Sistem Politik (Mochtar Mas'oe'd, 2016) terdapat dua bentuk partisipasi politik, yaitu partisipasi politik konvensional dan nonkonvensional. Partisipasi politik konvensional dapat mencakup:

1. Pemberian suara yakni adanya kegiatan ikut serta memilih aktif dalam kegiatan perpolitikan,
2. Diskusi politik adalah orang atau kelompok yang membuka diri akan masuknya informasi politik sehingga mengeluarkan *output*,
3. Kegiatan kampanye adalah suatu tindakan perorangan atau kelompok yang tujuannya untuk mencapai suatu dukungan,
4. Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan.

Sedangkan partisipasi politik nonkonvensional dapat berupa pengajuan petisi berdemonstrasi, konfrontasi, mogok, maupun tindak kekerasan politik.

2.1.4. Pemilih Pemula

Pemilih pemula memiliki sejumlah definisi yang saat ini digunakan. Menurut UU No. 7 tahun 2017, pemilih adalah warga negara Indonesia yang genap berumur 17 tahun atau lebih/ sudah kawin, kemudian pasal 199 UU No.7 tahun 2017 menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara Pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah pernah kawin.

Kemudian pada UU No. 7 tahun 2017 Bab IV pasal 198 (Ayat 1), Pemilih Pemula adalah Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah genap berusia 17 tahun atau lebih, atau sudah/pernah menikah, yang mempunyai hak memilih dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang Pemilu. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilih pemula adalah warga negara yang didaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih, dan baru mengikuti pemilu (memberikan suara) pertama kali sejak pemilu diselenggarakan di Indonesia dengan rentan usia 17-21 tahun.

Pemilih pemula adalah kelompok usia yang baru mencapai jenjang di mana pemilih percaya bahwa pendapat mereka sudah didengarkan. Perlu diakui bahwa para pemilih pemula di Indonesia sangat skeptis dan tidak percaya pada perpolitikan nasional secara keseluruhan. Dalam generasi yang dikenal sebagai Gen Z, terbangun keyakinan bahwa dunia politik adalah dunia yang sama sekali berbeda dengan dunia mereka sendiri (Gusti Ayu Sinta Dewi Aprilia et al., 2024).

Menurut Nora Aprianti (Aprianti, 2023) terdapat tiga jenis pemilih ada di Indonesia. Yang pertama adalah pemilih rasional, yang memilih partai berdasarkan pertimbangan dan analisis. Yang kedua adalah pemilih kritis emosional, yang tetap idealis dan tidak mau kompromi. Yang ketiga adalah pemilih pemula, yang baru pertama kali memilih karena usia mereka.

Pemilih pemula memiliki peran strategis dalam menentukan arah politik dan kebijakan di Indonesia. Kemampuan mereka untuk membuat keputusan dalam pemilu ini sangat penting dan harus diapresiasi, serta mereka harus siap sepenuhnya. Namun, ada beberapa tantangan bagi pemilih pemula dalam pesta demokrasi yang akan datang, salah satunya adalah penyebaran berita palsu (Tamrin et al., 2024). Pemilih pemula sangat dipengaruhi oleh media sosial. Mereka mengonsumsi informasi yang tidak selalu benar, terutama yang berkaitan dengan informasi negatif tentang calon peserta pemilu. Ini merupakan salah budaya politik untuk memberikan citra negatif (*negative campaign*) atau hoaks (*black campaign*) kepada lawan politik mereka (Sani & Al-Qardhawiy, 2024).

2.1.5. Pemilihan Umum

Menurut UU No.7 Tahun 2017 Pasal 1 (Ayat 1) tentang Pemilihan Umum. Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilu dilakukan dengan tiga tujuan, yaitu memungkinkan peralihan pemerintahan secara aman dan tertib, melaksanakan hak asasi warga negara, dan melaksanakan kedaulatan rakyat. Pemilihan umum pasti memiliki banyak fungsi yang saling berkaitan atau berhubungan sebagai aktivitas politik. Adapun fungsi-fungsi dari pemilihan umum itu adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai Sarana Legitimasi Politik
- b. Fungsi Perwakilan Politik
- c. Pemilihan Umum Sebagai Mekanisme Bagi Pergantian atau Sirkulasi Elit Penguasa

Pemilihan umum memiliki banyak manfaat, seperti dapat menjadi cara terbaik untuk melakukan pergantian pemimpin secara konstitusional, dan rakyat dapat melihat bagaimana pemimpin bertahan selama 5 tahun. Tahapan Penyelenggaraan Pemilu meliputi: perencanaan program dan anggaran serta penyusunan peraturan pelaksanaan Penyelenggaraan Pemilu; pemutakhiran data Pemilih dan penyusunan daftar Pemilih; pendaftaran dan verifikasi Peserta Pemilu; penetapan Peserta Pemilu; penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan; pencalonan Presiden dan Wakil Presiden serta anggota DPR, DPD, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota; masa Kampanye Pemilu; Masa Tenang; pemungutan dan penghitungan suara; penetapan hasil Pemilu; dan pengucapan sumpah janji Presiden dan Wakil Presiden serta anggota DPR, DPD, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota.

2.1.6. Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari kata: “media” dan “sosial”. Secara harfiah Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan media sebagai alat dan sarana komunikasi seperti surat kabar, majalah, televisi, poster, spanduk, dan lain-lain. Sedangkan "sosial" didefinisikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat (Suni, n.d.).

Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet, yakni pengguna dapat dengan cepat dan mudah berperan serta, menciptakan konten seperti jejaring sosial, blog, wiki, forum dan dunia maya. Penilaian lain mengungkapkan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang menjunjung tinggi kerja sama sosial serta forum jejaring sosial dengan penggunaan teknologi berbasis web yang kemudian membentuk komunikasi kepada dialog interaktif.

Terdapat empat era atau zaman dalam sejarah media dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan, McLuhan bersama Quentin Fiore (Morissan, 2013:488). Lebih lanjut, McLuhan menjelaskan tentang masing-masing era yaitu kesukuan (*tribal*); tulisan (*literate*); cetak (*print*); dan elektronik. Era kesukuan, indra pendengaran, penciuman, dan perasa merupakan indera yang lebih banyak digunakan oleh manusia, terutama indera pendengaran. Sementara pada era tulisan, orang menekankan pada indera penglihatan yang ditandai dengan diperkenalkannya huruf abjad (alfabet) dan karenanya mata menjadi indera yang dominan dalam berkomunikasi. Pada era cetak, penemuan mesin cetak memberikan tanda munculnya era cetak dalam peradaban manusia. Dan terakhir, era elektronika, kehidupan sebagian besar umat

manusia sangat tergantung pada teknologi elektronik. Melalui media elektronik, memperluas persepsi orang melampaui batas-batas tempat mereka berada, hal ini menunjukkan peran media sosial menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan.

Zafarani (2014:1) berpendapat bahwa Informasi dikumpulkan, dan disebarkan oleh *citizen journalists* dan terus akan terus tersebar atau dikonsumsi oleh berbagai kalangan, yang akan memberikan *feedback* spontan. Dengan demikian perkembangan informasi sejalan dengan perkembangan media sebagaimana dinyatakan B. Ellison dan M. Boyd (2008:216) perkembangan pesat media sosial berlangsung sejak 2003 ketika bermunculan situs jejaring sosial. Pada saat ini, media sosial yang paling populer dan sering digunakan untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi adalah Facebook, Twitter, Google+, Whatsapp, dan lain-lain. Selain media sosial tersebut, di berbagai belahan dunia ada media sosial yang populer di negara tertentu, seperti Qzone, Tencent Weibo, dan Sina Weibo di Cina; Cyworld dan me2day di Korea Selatan; Orkut di Brasil, V Kontakte dan Odnoklassniki di Rusia; dan Tuenti di Spanyol (Ibrahim & Iriantara, 2017: 220).

Tahun demi tahun, media sosial mengalami perkembangan yang luar biasa. Jika pada tahun 2002 hanya Friendster yang mendominasi dunia media sosial kini banyak platform lain muncul dengan fitur unik mereka sendiri. Sejarah media sosial dimulai pada tahun 1970-an dengan sistem papan buletin yang memungkinkan orang berkomunikasi melalui surat elektronik dan mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Semua ini dilakukan melalui saluran telepon yang terhubung dengan modem. Kemudian, Geo Cities didirikan pada tahun 1995 dan menyediakan

layanan web *hosting*, yang memungkinkan pengguna memiliki akses ke data *website* mereka dari mana saja. Berdirinya *website* awal dimulai dengan Geo Cities.

Dari tahun 1997 hingga 1999, Sixdegree.com dan Classmates.com adalah platform sosial media pertama. Selain itu, pada tahun itu juga muncul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. Situs ini memungkinkan penggunanya membuat halaman web mereka sendiri, yang memungkinkan penggunanya memuat konten apa pun. Selanjutnya, Friendster menjadi media sosial yang sangat populer pada tahun 2002, dan popularitasnya sempat menjadi fenomenal. Dari tahun 2003 hingga saat ini, bermunculan berbagai jenis media sosial dengan berbagai fitur dan keuntungan, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wiser, Google+, dan lainnya. Media sosial juga menjadi alat atau aktivitas digital marketing, seperti perawatan media sosial, pendukung media sosial, dan aktivasi media sosial. Oleh karena itu, media sosial sekarang menjadi salah satu layanan yang ditawarkan oleh agensi digital (A.Rafiq, 2020).

Saat ini sistem politik telah diubah oleh kemajuan pesat teknologi. Ekspansi global teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mempercepat pertumbuhan komunikasi dunia maya, baik antar pemerintah, lembaga sosial politik, maupun masyarakat umum.

Penggunaan media pada masa sekarang ini tidak lagi menjadi persoalan, karena dapat dilihat dan diperhatikan bahwa media memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, dan bidang politik merupakan salah satu bidang yang sangat membutuhkan publisitas, dan media dapat berperan dalam memajukan partai politik. serta tokoh-tokoh parpol akan dapat menggunakan media

yang mereka yakini memiliki potensi tinggi untuk mendongkrak popularitas mereka sebanyak mungkin, dan mereka akan terus berusaha untuk mendapatkan banyak penggemar dan simpati dari mereka. yang menggunakan media internet ini (Dewantara & Widhyarto, 2015). Dalam pembahasan media sosial juga memiliki karakteristik (Ani Mulyati, 2014) sebagai berikut:

1. Konten, yang dimaksud adalah konten yang dibagikan kepada khalayak seluas-luasnya dan tidak ada batasannya,
2. *Context* (informasi) muncul tanpa memulai suatu *gatekeeper* dan tidak ada yang menghambatnya,
3. Interaksi, merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi dengan adanya isi pesan yang disampaikan secara langsung,
4. Sharing atau penyebaran, medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat,
5. Koneksi atau Hubungan, yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan dengan adanya keterlibatan atau timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain serta saling memengaruhi.

2.1.7. Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia saat ini. Fokus utamanya adalah berbagi foto pengguna. Instagram berasal dari kata "insta" dan "gram". "Gram" berasal dari kata "telegram" yang berarti mengirim sesuatu, seperti gambar ke orang lain dan "insta" berasal dari kata

"instan" yang mengacu pada kemudahan melihat dan mengambil gambar. Sampai saat ini, jumlah pengguna Instagram telah meningkat pesat. Ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa kemampuan pengguna untuk mengekspresikan diri melalui foto, video, atau bahkan tulisan-tulisan dalam postingan mereka secara bebas dianggap mendukung aplikasi. Pengguna juga dapat meninggalkan ulasan pada foto yang dibagi satu sama lain. Oleh karena itu, Instagram memungkinkan dapat mempermudah berhubungan dengan orang asing. Media sosial Instagram adalah platform baru yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari pembuatan citra hingga penggunaan kampanye untuk menarik perhatian masyarakat dan mendorong tindakan. Instagram memiliki banyak pengguna muda, jadi tidak diragukan lagi bahwa fungsinya dapat berdampak pada partisipasi politik remaja, terutama di Kabupaten Indramayu.

2.1.8. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Menurut (Kaelola, 2009) dalam kamus istilah politik kontemporer, pengaruh juga diartikan sebagai kemampuan untuk memengaruhi orang lain agar merubah sikap dan perilakunya secara sadar dan sukarela. *Influence* atau pengaruh yaitu daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi, yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Menurut Hugiono dan Poerwantana dalam (Munthe & Lubis, 2022) pengaruh merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan suatu efek.

Hampir sama dengan pengertian KBBI di atas, adalah WJS. Poerwardaminta yang berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain. Menurut Norman Barry, pengaruh adalah suatu tipe kekuasaan agar bertindak dengan cara tertentu, terdorong untuk bertindak demikian, sekalipun ancaman sanksi yang terbuka tidak merupakan motivasi yang mendorongnya.

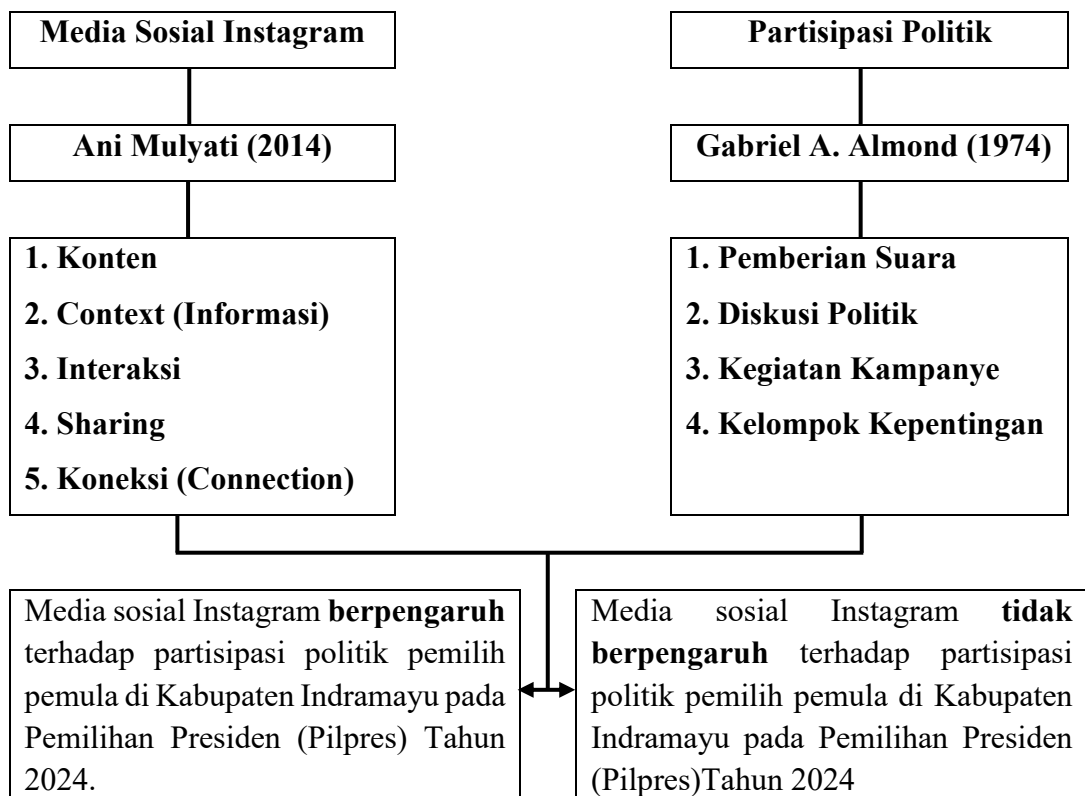
M. Suyanto mendefinisikan pengaruh adalah nilai kualitas suatu iklan melalui media tertentu. Sedangkan menurut Uwe Becker pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang dan tidak terlalu terkait dengan usaha memperjuangkan dan memaksakan kepentingan. Pengaruh dibagi menjadi dua, ada yang positif, ada pula yang negatif. Bila seseorang memberi pengaruh positif kepada masyarakat, ia bisa mengajak mereka untuk menuruti apa yang ia inginkan. Namun bila pengaruh seseorang kepada masyarakat adalah negatif, maka masyarakat justru akan menjauhi dan tidak lagi menghargainya.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu reaksi yang timbul (dapat berupa tindakan atau keadaan) dari suatu perlakuan akibat dorongan untuk mengubah atau membentuk sesuatu keadaan ke arah yang lebih baik. Maka pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024. Jadi, setelah mengetahui konsep media sosial dan dilakukan uji statistik, maka akan diketahui ada pengaruhnya atau tidak terhadap partisipasi politik pemilih pemula.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir menurut Purnomo, dkk (Addini Zahra Syahputri, 2023) menjelaskan sementara gejala yang menjadi objek penelitian. Kerangka berpikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka berpikir merupakan argumentasi peneliti dalam merumuskan hipotesis dengan menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya. Kerangka berpikir merupakan buatan peneliti sendiri (bukan dari peneliti lain), yakni cara peneliti berargumentasi dalam merumuskan hipotesis. Argumentasi itu harus analisis, sistematis, dan menggunakan teori yang relevan. Berikut adalah kerangka pemikiran pada penelitian ini:

Tabel 2. 2. Kerangka Pemikiran



2.3. Asumsi (Anggapan Dasar)

Asumsi atau anggapan dasar ini merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, satu pendapat atau kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara yang belum dibuktikan. Menurut pendapat Winarko Surakhman sebagaimana dikutip oleh Suharsimi Arikunto dalam buku *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, bahwa asumsi atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti.

Berdasarkan dari pengertian asumsi di atas, maka asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang masih harus diuji kebenarannya. Menurut Weisstein dan Eric A dalam Zaki (M. Zaki, 2021) *hypothesis is a proposition that is consistent with known data but has been neither verified nor shown to be false.*

Sesuai dengan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis (dugaan sementara) dalam penelitian ini dirumuskan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif (H1): Media sosial Instagram berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024
2. Hipotesis Nol (H0): Media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024

2.5. Definisi Operasional dan Operasionalisasi Variabel

2.5.1. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut (Sugiyono, 2019) menunjukkan bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional suatu variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi makna atau menetapkan kegiatan atau membenarkan operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu partisipasi politik dan media sosial (Instagram), yaitu sebagai berikut:

a) Partisipasi Politik

Partisipasi politik menurut Samuel P. Huntington dan Joan Nelson yang dikutip oleh Prof. Miriam Budiardjo dalam buku Dasar-dasar Ilmu Politik (Budiardjo, 2008) adalah kegiatan yang dilakukan warga negara dengan tujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah. Terdapat dua bentuk partisipasi politik, yaitu partisipasi politik konvensional dan nonkonvensional. Partisipasi politik konvensional dapat mencakup:

1. Pemberian suara yakni adanya kegiatan ikut serta memilih aktif dalam kegiatan perpolitikan,
2. Diskusi politik adalah orang atau kelompok yang membuka diri akan masuknya informasi politik sehingga mengeluarkan *output*,
3. Kegiatan kampanye adalah suatu tindakan perorangan atau kelompok yang tujuannya untuk mencapai suatu dukungan,
4. Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan.

Sedangkan partisipasi politik nonkonvensional dapat berupa pengajuan petisi berdemonstrasi, konfrontasi, mogok, maupun tindak kekerasan politik. Miriam Budiarmo juga mendefinisikan arti partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*).

b) Media Sosial (Instagram)

Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet, yakni pengguna dapat dengan cepat dan mudah berperan serta, menciptakan konten seperti jejaring sosial, blog, wiki, forum dan dunia maya. Penilaian lain mengungkapkan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang menjunjung tinggi kerja sama sosial serta forum jejaring sosial dengan penggunaan teknologi berbasis web yang kemudian membentuk komunikasi kepada dialog interaktif. Media sosial memiliki karakteristik (Ani Mulyati, 2014) sebagai berikut:

1. Konten, yang dimaksud adalah konten yang dibagikan kepada khalayak seluas-luasnya dan tidak ada batasannya,
2. *Context* (informasi) muncul tanpa memulai suatu *gatekeeper* dan tidak ada yang menghambatnya,
3. Interaksi, merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi dengan adanya isi pesan yang disampaikan secara langsung,
4. Sharing atau penyebaran, medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat,
5. Koneksi atau Hubungan, yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan dengan adanya keterlibatan atau timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain serta saling memengaruhi.

2.5.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono variabel independen (bebas), adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sementara itu, variabel dependen (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Berikut adalah operasionalisasi variabel pada penelitian ini:

Tabel 2. 3. Operasionalisasi Variabel X

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur	Jumlah Pertanyaan	No Item
1	Media Sosial (Instagram) Variabel Independen (X) Ani Mulyati (2014)	Konten	Aktif dalam menggunakan media sosial Instagram	Likert	1	1
			Di akun media sosial Instagram masing-masing paslon disetting <i>public</i> untuk dapat dilihat oleh semua orang agar lebih mudah untuk ditemukan	Likert	1	2
			Di akun media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden memposting konten kampanye dan konten tersebut menarik perhatian	Likert	2	3,4
		Context (Informasi)	Informasi yang disampaikan pada akun media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden, memuat visi-misi dan program kerja mereka.	Likert	2	5,6
			Informasi pada postingan akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden banyak membahas mengenai isu-isu politik dan informasi yang dibagikan dapat dipahami	Likert	2	7,8
		Interaksi	Media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden sudah efektif dalam memberikan wadah untuk saling berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya.	Likert	2	9,10
		Sharing	Media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden saling berbagi kegiatan kampanye lewat postingannya dan membuat orang lain tertarik hingga membagikan postingan tersebut ke dalam Instagram pribadinya	Likert	2	11,12
		Koneksi (Connection)	Tingkat keterlibatan dalam memberikan <i>like</i> , <i>comment</i> , dan <i>share</i> serta ketertarikan mencari kembali informasi di akun media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden.	Likert	2	13,14
		Jumlah Pertanyaan				

Tabel 2. 4. Operasionalisasi Variabel Y

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur	Jumlah Pertanyaan	No Item
2	Partisipasi Politik Variabel Dependen (Y) Gabriel A. Almond (1974)	Pemberian Suara	Menggunakan hak suara dengan memilih calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024	Likert	2	1,2
		Diskusi Politik	Melakukan diskusi politik mengenai pemilihan presiden tahun 2024	Likert	2	3,4
		Kegiatan Kampanye	Melakukan kampanye salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024	Likert	3	5,6,7
		Kelompok Kepentingan	Ikut serta dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan umum tahun 2024	Likert	3	8,9,10
Jumlah Pertanyaan						10

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul "Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena peneliti berusaha untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara media sosial Instagram dengan partisipasi politik pemilih pemula di kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan tipe hubungan kausal. Jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, kemudian hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2013).

Maka dari itu, metode penelitian kuantitatif menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan hubungan kausal dipilih karena sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel, yaitu variabel (X)

media sosial Instagram terhadap (Y) partisipasi politik pemilih pemula di kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi menurut (Sugiyono, 2013) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu sampel yang di dapatkan dari populasi memang harus benar-benar mewakili.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah penduduk Kabupaten Indramayu yang termasuk dalam kategori para pemilih pemula yaitu yang pada hari pemungutan suara sudah genap berusia 17 tahun atau lebih, atau sudah/pernah menikah, yang mempunyai hak memilih dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang dan merupakan pengguna aktif media sosial Instagram.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019, p. 136) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 : Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai=1,96

p: Peluang Benar 50% = 0,5

q: Peluang Salah 50% = 0,5

e: Tingkat Kesalahan Sampel (*sampling error*) (10% = 0,1)

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% diaman nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat eror maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil di atas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden. Kemudian untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai yang dapat mewakili jumlah populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampel dengan Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2013:85), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel adalah:

1. Penduduk Kabupaten Indramayu
2. Berusia 17-21 tahun pada hari pemungutan suara
3. Sudah memiliki hak suara pada Pemilihan Umum tahun 2024
4. Memiliki akun media sosial Instagram

Setelah mendapatkan hasil sesuai uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan, maka akan dilakukan penelitian dengan menggunakan instrumen yang sudah valid sebanyak 97 responden.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber primer dan sumber sekunder sebagai teknik pengumpulan data. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2013).

3.3.1. Data primer

Pengumpulan data primer merupakan hal yang penting digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan dalam penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau sering disebut dengan kuesioner. Kuesioner menurut Sugiyono merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kemudian tipe pertanyaan dalam angket yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket dengan sistem tertutup dimana angket tersebut telah disediakan jawabannya sehingga responden dapat memilih jawaban yang telah tersedia. Hal ini juga akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

Pada pengumpulan data kuesioner, peneliti menyebarnya secara *online* melalui *Google form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. *Google form* adalah layanan dari Google yang memungkinkan pengguna untuk membuat survei, tanya jawab dengan fitur formulir online yang bisa dikustomisasi sesuai dengan kebutuhan. Jadi peneliti bisa mendapatkan jawaban secara langsung dari responden terkait masalah dalam penelitian.

Selanjutnya agar menghasilkan data kuantitatif yang akurat dari kuesioner, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran. Oleh karena itu peneliti menggunakan skala Likert sebagai skala pengukur. Menurut (Sugiyono, 2013) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala Likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Skala Likert

No.	Jawaban	Score
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013)

3.3.2. Data Sekunder

Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan data sekunder yang didapatkan dari sumber data yang sudah ada, diantaranya informasi yang diambil dari studi literatur untuk menunjang hasil penelitian. Selain itu data sekunder yang digunakan peneliti merupakan data survei dari *digital report we are social* mengenai persentase platform media sosial yang di gunakan di Indonesia serta persentase pengguna Instagram di Indonesia, data dari worldometers mengenai jumlah penduduk Indonesia, dan data rekapitulasi hasil perhitungan perolehan suara pasangan calon presiden dan wakil presiden dari setiap kabupaten/kota dalam wilayah provinsi Pemilihan Umum tahun 2019 dan 2024.

Kemudian wawancara juga dilakukan untuk pengumpulan data awal sehingga peneliti menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam serta jumlah respondennya. Sumber lain yang diperlukan juga seperti Undang-undang, referensi buku-buku dan berbagai jurnal sebagai rujukan.

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses yang dilakukan apabila semua data sudah terkumpul, guna memecahkan permasalahan yang diteliti. Penulis menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 26.0 dalam menganalisis data penelitian ini, yang merupakan alat bantu berbentuk program dalam penelitian untuk dapat pengelola data statistik dengan mudah. Analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat derajat keakuratan antara data yang sebenarnya pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mendapatkan validitas sebuah item, selanjutnya peneliti mengkorelasikan skor item dengan jumlah keseluruhan item-item tersebut. Uji validitas ini mampu mengetahui seberapa baik suatu proses pengukuran terhadap konsep yang diharapkan tujuannya untuk mengetahui apakah yang ditanyakan dalam kuesioner sudah sesuai dengan ketentuannya. Untuk menghitung uji validitas penulis menggunakan teknik korelasi *Product moment* yang ditentukan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien Validitas

n : Jumlah responden

$\sum x$: Jumlah skor variabel (jawaban responden)

$\sum y$: Jumlah skor total variabel untuk responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics 26.0 untuk menguji validitas. Untuk menentukan instrumen valid atau tidak adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $\geq r$ tabel maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total. Sehingga pertanyaan dianggap valid.
- b) Jika r hitung $\leq r$ tabel maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total. Sehingga pertanyaan dianggap tidak valid.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Dalam menghitung reliabilitas instrumen peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach, yang mana rumus Alpha Cronbach digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya berbentuk skala. Rumus reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

K : Banyak butir pertanyaan atau pernyataan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$: Varians total

Menurut Sugiyono (2018:220) suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6. Jika instrumen alat ukur memiliki nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Berikut penjelasannya:

- a) Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya (reliabel).
- b) Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya (tidak reliabel).

3.4.3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisa regresi merupakan suatu bentuk analisa yang mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y). Di mana ada beberapa bentuk regresi di antaranya, regresi linier dan regresi non linier (berganda). Berkenaan dengan penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier sederhana karena melibatkan hanya dua variabel di dalamnya yakni variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk menganalisis regresi linier sederhana, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics 26.0. Persamaan umum regresi linier sederhana yakni:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel terikat (variabel yang diduga)

X: variabel bebas

a: Intercept atau konstanta

b: Koefisien regresi atau slope

Pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana yakni dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.05 dimana:

- a) Jika nilai signifikansi < 0.05 , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai signifikansi > 0.05 , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

3.4.4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien (Uji T)

Menurut (Sugiyono, 2019) uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Rumus untuk menguji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

T: Nilai uji-t

r: Koefisien korelasi

r^2 : Koefisien determinasi

n: Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan untuk melihat kebenaran hipotesis adalah:

- a) jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh yang ditunjukkan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b) jika $p \geq 0,05$ maka H_0 diterima dengan H_1 ditolak, artinya adalah tidak ada pengaruh yang ditimbulkan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa Uji Koefisien Determinasi digunakan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa besar kemampuan dari variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai yang terdapat pada koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Apabila nilai mendekati satu maka dapat dikatakan variabel bebas mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

Ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai r^2 sama dengan atau mendekati nol, maka variabel bebas berpengaruh kecil atau terbatas pada variabel terikat.
- b) Jika nilai r^2 mendekati satu, maka variabel bebas berpengaruh kuat pada variabel terikat.

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Indramayu dengan target responden adalah penduduk Kabupaten Indramayu yang termasuk dalam kategori para pemilih pemula yang berusia 17-21 tahun pada hari pemungutan suara, sudah memiliki hak suara pada pemilu tahun 2024, dan memiliki akun media sosial Instagram. Penelitian ini dilaksanakan secara daring atau online melalui survei Google Form yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

3.5.2. Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam waktu enam bulan, terhitung mulai bulan Maret 2024 sampai Agustus 2024. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian

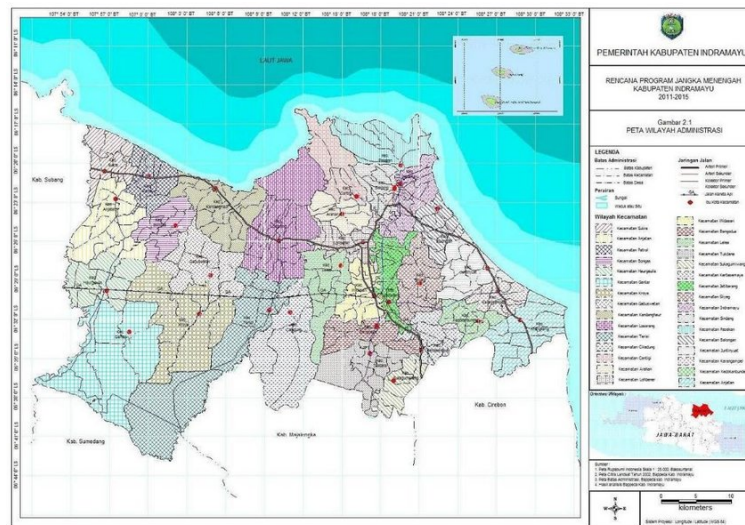
No.	Kegiatan	Bulan						
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Pengajuan Judul Skripsi							
2	Penyusunan Bab I, II, dan III							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Pengumpulan dan Analisis Data							
5	Penyusunan Bab IV dan Bab V							
6	Sidang Skripsi							

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Indramayu



Gambar 4. 1. Peta Administrasi Kab. Indramayu

Kabupaten Indramayu adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Indramayu, Indramayu sebagai pusat pemerintahan, titik keramaian yang ada di Indramayu terletak di Jatibarang. Kabupaten Indramayu merupakan salah satu kabupaten yang termasuk pada Wilayah Pengembangan (WP) Ciayumajakuning (Cirebon – Indramayu – Majalengka – Kuningan) yang terletak di Provinsi Jawa Barat bagian utara. Kabupaten Indramayu terdiri atas 31 kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah 313 desa dan kelurahan. Pusat pemerintahan di Kecamatan Indramayu, yang berada di pesisir Laut Jawa.

Kondisi fisik dari Kabupaten Indramayu dapat ditinjau dari kondisi geografis, kondisi topografi, kondisi klimatologi, kondisi demografi, dan kondisi hidrologi yaitu sebagai berikut:

a) Kondisi Geografis

Secara geografis Kabupaten Indramayu terletak pada 107° 52' - 108° 36' Bujur Timur dan 6° 15' - 6° 40' Lintang Selatan dengan luas wilayah Kabupaten Indramayu seluas kurang lebih 204.011 ha atau 2.040.110 Km, dengan panjang pantai kurang lebih 147 km yang membentang sepanjang pantai utara Laut Jawa antara Kabupaten Cirebon – Kabupaten Subang, dimana sejauh 4 mil dari pantai merupakan kewenangan Kabupaten.

Kabupaten Indramayu terletak di pesisir utara Pulau Jawa, yang melalui 11 kecamatan dengan 36 desa yang berbatasan langsung dengan laut dengan panjang garis pantai 147 Km. Kabupaten Indramayu secara administratif berbatasan dengan:

- 1) Sebelah Barat : Kabupaten Subang
- 2) Sebelah Timur : Laut Jawa dan Kabupaten Cirebon
- 3) Sebelah Selatan : Kabupaten Majalengka, Sumedang dan Cirebon
- 4) Sebelah Utara : Laut Jawa

Kondisi Perkembangan cakupan wilayah administrasi pemerintah Kabupaten Indramayu sampai dengan tahun 2024 terdiri dari 31 Kecamatan, 309 desa, dan 8 kelurahan dengan banyaknya desa pantai 36 desa dari 11 kecamatan.

Kemudian pola penggunaan lahan menurut data GIS (*Geographic Information System*) Bappeda Kabupaten Indramayu, wilayah seluas 204.011 Ha

tersebut terdiri dari Tanah Sawah Irigasi 116.675 Ha; Tanah Kering 87.336 Ha; dan Tanah Sawah Non Irigasi 92.795 Ha.

b) Kondisi Topografi

Berdasarkan topografinya ketinggian wilayah pada umumnya berkisar antara 0 – 18 m di atas permukaan laut dan wilayah dataran rendahnya berkisar antara 0 – 6 m di atas permukaan laut berupa rawa, tambak, sawah, dan pekarangan. Kabupaten Indramayu sebagian besar permukaan tanahnya berupa dataran dengan kemiringan antara 0% – 2% seluas 201.285 ha (96,03%) dari total wilayah. Keadaan ini terpengaruh terhadap drainase, bila curah hujan tinggi maka daerah-daerah tertentu akan terjadi genangan air dan bila musim kemarau akan mengakibatkan kekeringan.

c) Kondisi Klimatologi

Letak Kabupaten Indramayu yang membentang sepanjang posisi pantai utara Pulau Jawa membuat suhu udara di Kabupaten Indramayu cukup tinggi berkisar antara 22.9° - 30° C. Tipe iklim di Indramayu termasuk iklim tropis, menurut klasifikasi schmidt dan ferguson termasuk iklim tipe D (iklim sedang) dengan karakteristik iklim antara lain:

1. Suhu udara harian berkisar antara 22,9° -30° dengan suhu udara tertinggi 32° C dan terendah 22° C
2. Kelembaban udara antara 70-80%
3. Curah hujan tertinggi sekitar 1287 mm dan jumlah hari hujan sebanyak 80 hari yang terjadi di Kecamatan Sindang dan Pasekan, sedangkan curah hujan

terendah sekitar 538 mm dengan jumlah hari hujan 54 hari terjadi di Kecamatan Patrol.

4. Angin barat dan angin timur tertiup secara bergantian setiap 5-6 bulan sekali.

d) Kondisi Demografi

Jumlah penduduk Kabupaten Indramayu sampai dengan tahun 2023 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Indramayu adalah 1.894.325 jiwa terdiri dari 950.963 jiwa laki-laki dan 943.362 jiwa perempuan, dengan *sex ratio* 100,81. Rata-rata kepadatan penduduk Kabupaten Indramayu pada tahun 2023 adalah 902 Jiwa/Km², kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Indramayu dengan kepadatan 2.396 Jiwa/Km² dan kepadatan terendah berada di Kecamatan Terisi dengan kepadatan 328 Jiwa/Km².

Pertambahan jumlah penduduk di Kabupaten Indramayu dipengaruhi oleh pertumbuhan alami (lahir dan mati), penduduk datang dan penduduk keluar (migrasi). Berdasarkan data penduduk dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa laju pertumbuhan penduduk dari tahun 2021 sampai tahun 2023 sebesar 1,13%.

4.1.2. Visi dan Misi Kabupaten Indramayu

a. Visi

Visi Kabupaten Indramayu Tahun 2021 - 2026 adalah “BERMARTABAT” (Bersih, Religius, Maju, Adil, Makmur dan Hebat).

- 1) Bersih: Pemerintahan yang tulus, ikhlas, dan suci. Transparan dalam pengelolaan dan penataan pemerintahan.

- 2) Religius: Nilai-nilai agama mendasari setiap sikap dan perilaku dalam pengelolaan pemerintah yang tercermin dalam kehidupan bermasyarakat atas terciptanya kebijakan pemerintahan dan aktivitas masyarakat.
- 3) Maju: Diartikan bahwa masyarakat Indramayu, cerdas, terampil, bergerak dinamis, kreatif, inovatif, serta tangguh menghadapi tantangan, yang ditandai dengan pertumbuhan penduduk yang kecil, angka harapan hidup yang tinggi dan kualitas pelayanan sosial yang lebih baik dan produktivitas semakin tinggi.
- 4) Adil: Diartikan bahwa masyarakat Indramayu, cerdas, terampil, bergerak dinamis, kreatif, inovatif, serta tangguh menghadapi tantangan, yang ditandai dengan pertumbuhan penduduk yang kecil, angka harapan hidup yang tinggi dan kualitas pelayanan sosial yang lebih baik dan produktivitas semakin tinggi.
- 5) Makmur: Diartikan bahwa masyarakat Indramayu, cerdas, terampil, bergerak dinamis, kreatif, inovatif serta tangguh menghadapi tantangan, yang ditandai dengan pertumbuhan penduduk yang kecil, angka harapan hidup yang tinggi dan kualitas pelayanan sosial yang lebih baik dan produktivitas semakin tinggi.
- 6) Hebat: Diartikan bahwa masyarakat Indramayu, cerdas, terampil, bergerak dinamis, kreatif, inovatif, serta tangguh menghadapi tantangan, yang ditandai dengan pertumbuhan penduduk yang kecil, angka harapan hidup yang tinggi dan kualitas pelayanan sosial yang lebih baik dan produktivitas semakin tinggi.

b. Misi

Misi Kabupaten Indramayu Tahun 2021 - 2026 adalah “SAPTA NATA MULIA JAYA”.

- 1) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang melayani, melindungi, bersih, bebas korupsi, kolusi, nepotisme, transparan, akuntabel, profesional dan demokratis, dengan 3 (tiga) program prioritas, yaitu : peningkatan sarana dan prasarana aparatur, peningkatan kapasitas sumber daya aparatur dan pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan pemerintahan daerah.
- 2) Peningkatan pelayanan kehidupan beragama, kepercayaan, pemahaman, dan pengamalan agama, serta kerukunan hidup antar umat beragama dan budaya dalam bingkai kebangsaan bineka tunggal ika, mencakup 6 (enam) program prioritas, yaitu: pembinaan keagamaan, pendidikan keagamaan, pembinaan wawasan kebangsaan, pengelolaan kekayaan budaya, pengelolaan keragaman budaya, pembinaan politik dalam negeri.
- 3) Terpenuhinya kebutuhan sandang, pangan, dan papan dalam jumlah dan kualitas yang memadai dan merata, mencakup 4 (empat) program prioritas, yaitu: peningkatan kesempatan kerja, pengembangan kewirausahaan, rehabilitasi rumah tidak layak huni, peningkatan kedaulatan pangan.
- 4) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang layak sebagai upaya penanggulangan kemiskinan melalui peningkatan sumber daya sehingga mampu berdikari, mencakup 5 (lima) program prioritas, yaitu: (1)

pengentasan kemiskinan, (2) perlindungan tenaga kerja dan pengembangan lembaga ketenagakerjaan, (3) pengembangan industri kecil dan menengah, (4) pengembangan destinasi pariwisata, (5) pengembangan pemasaran pariwisata.

- 5) Peningkatan pelayanan pendidikan, kesehatan, dan pertumbuhan ekonomi, mencakup 13 (tiga belas) program prioritas, yaitu: (1) peningkatan mutu dan tenaga kependidikan, (2) pendidikan anak usia dini dan pendidikan masyarakat, (3) wajib belajar sembilan tahun, (4) pendidikan nonformal, (5) pelayanan kesehatan dasar, (6) pencegahan dan pengendalian penyakit, (7) peningkatan pelayanan kesehatan ibu, bayi, dan anak, (8) perlindungan anak, (9) pengembangan sistem pendukung usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah, (10) peningkatan iklim investasi dan realisasi investasi, (11) peningkatan promosi dan kerja sama investasi, (12) peningkatan keberdayaan masyarakat perdesaan, (13) pengembangan lembaga ekonomi perdesaan.
- 6) Peningkatan pelaksanaan pembangunan di segala bidang sehingga terpenuhinya kebutuhan masyarakat secara adil dan merata, mencakup 5 (lima) program prioritas, yaitu: (1) pemeliharaan, rehabilitasi peningkatan pembangunan jalan dan jembatan, (2) pemeliharaan rehabilitasi pembangunan infrastruktur sumber daya air, (3) infrastruktur strategis pendukung kegiatan sosial, ekonomi dan pemerintahan, (4) penataan kawasan permukiman, (5) tata ruang.

- 7) Mewujudkan Indramayu sebagai daerah yang unggul dan memiliki daya saing melalui kemandirian ekonomi berbasis sumber daya alam dan pengembangan industri pertanian, perikanan dan migas, mencakup 10 (sepuluh) program prioritas, yaitu: (1) peningkatan produksi dan mutu tanaman pangan, (2) peningkatan produksi dan mutu tanaman hortikultura, (3) peningkatan produksi dan mutu tanaman perkebunan, (4) pemberdayaan sumber daya pertanian, (5) pengembangan sarana dan prasarana perikanan dan kelautan, (6) pengembangan perikanan tangkap, (7) pengembangan budidaya perikanan, (8) penyediaan/rehabilitasi sarana, prasarana pengolahan dan pemasaran hasil perikanan dan kelautan, (9) peningkatan kapasitas SDM perikanan dan kelautan, (10) peningkatan industri pengolahan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan melalui *google form* yang dibagikan kepada responden penelitian. Setiap memulai kuesioner penelitian terdapat identitas responden di awal. Identitas responden ini bertujuan agar peneliti mengetahui siapa yang mengisi kuesioner tersebut. Penelitian ini mengharuskan kuesioner diisi oleh responden yang merupakan penduduk Kabupaten Indramayu, pemilih pemula berusia 17-21 tahun pada Pemilihan Umum tahun 2024, sudah memiliki hak suara pada Pemilihan Umum tahun 2024 dan memiliki akun Instagram.

Dalam identitas responden terdapat delapan identitas yang harus diisi oleh responden yaitu email, nama lengkap, jenis kelamin, usia, alamat, pilihan antara ya atau tidak memiliki hak suara pada pemilu 2024, dan pilihan antara ya atau tidak memiliki akun Instagram. Ada satu identitas yang boleh responden isi atau tidak yaitu pada bagian nomor telepon. Berikut adalah identitas responden yang digambarkan dalam tabel:

Tabel 4. 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	36	37%
Perempuan	61	63%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel 4.1. di atas menunjukkan bahwa frekuensi jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu laki-laki berjumlah 36 orang atau 37% dan perempuan berjumlah 61 orang atau 63%, dengan persentase tertinggi pada jenis kelamin perempuan sebanyak 63 % dari 97 responden.

Tabel 4. 2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17 Tahun	10	10%
18 Tahun	4	4%
19 Tahun	8	8%
20 Tahun	15	15%
21 tahun	60	62%
Total	97	100%

Tabel 4.2. menunjukkan bahwa dari 97 responden terdapat 5 klasifikasi usia yang berbeda-beda yang mengisi kuesioner, pada usia 17 tahun terdapat 10 orang

(10%), usia 18 tahun terdapat 4 orang (4%), usia 19 tahun terdapat 8 orang (8%), usia 20 tahun terdapat 15 orang (15%), dan usia 21 tahun terdapat 60 orang (62%). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dengan usia 21 tahun lebih mendominasi dalam menggunakan media sosial Instagram terkait partisipasi politik yaitu sebanyak 62% dari 97 responden.

Tabel 4. 3. Identitas Responden Berdasarkan Memiliki Hak Suara Pada Pemilihan Umum Tahun 2024

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Memiliki Hak Suara	97	100%
Tidak Memiliki Hak Suara	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.3. menunjukkan data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan kriteria memiliki hak suara pada Pemilihan Umum Tahun 2024 dengan jumlah sebanyak 97 responden (100%).

Tabel 4. 4. Identitas Responden Berdasarkan Memiliki Akun Instagram

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Memiliki Akun Instagram	97	100%
Tidak Memiliki Akun Instagram	0	0%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel 4.4. di atas menunjukkan bahwa data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan kriteria memiliki akun Instagram dengan jumlah sebanyak 97 responden (100%).

4.2.2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Uji validitas ini dibantu dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26.0. Pada uji validitas ini dilakukan pada 20 pertanyaan yang diantaranya adalah 11 pertanyaan untuk variabel media sosial Instagram dan 10 pertanyaan untuk variabel partisipasi politik.

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 dengan pengambilan keputusan uji validitas:

- a) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka pertanyaan dianggap valid.
- b) Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka pertanyaan dianggap tidak valid.

Pengukuran r tabel dengan jumlah sampel sebanyak 97, ditetapkan df ($n-2$) adalah 95. Pada r tabel yang menetapkan df 95 dengan tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan jumlah sebesar 0.202. Sehingga setiap butir jumlah pertanyaan akan dinyatakan valid apabila memiliki nilai *corrected item total* $\geq 0,202$. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel media sosial Instagram dan partisipasi politik.

Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial Instagram (X)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Validitas (r-hitung \geq r-tabel)
1	0,396	0,202	Valid
2	0,642	0,202	Valid
3	0,570	0,202	Valid
4	0,881	0,202	Valid
5	0,572	0,202	Valid
6	0,438	0,202	Valid

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Validitas (r-hitung \geq r-tabel)
7	0,712	0,202	Valid
8	0,709	0,202	Valid
9	0,502	0,202	Valid
10	0,622	0,202	Valid
11	0,364	0,202	Valid
12	0,485	0,202	Valid
13	0,724	0,202	Valid
14	0,694	0,202	Valid

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Berdasarkan tabel 4.5. di atas menunjukkan bahwa pertanyaan sudah valid dimana setiap item pada variabel media sosial Instagram menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r- tabel ($r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$).

Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Partisipasi Politik (Y)

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Validitas (r-hitung \geq r-tabel)
1	0,490	0,202	Valid
2	0,678	0,202	Valid
3	0,419	0,202	Valid
4	0,478	0,202	Valid
5	0,737	0,202	Valid
6	0,627	0,202	Valid
7	0,455	0,202	Valid
8	0,746	0,202	Valid
9	0,585	0,202	Valid
10	0,545	0,202	Valid

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Berdasarkan tabel 4.6. di atas menunjukkan bahwa pertanyaan sudah valid dimana setiap item pada variabel partisipasi politik menghasilkan nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r- tabel ($r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$).

4.2.3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data.

Dalam menghitung reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach, yang mana rumus Alpha Cronbach digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya berbentuk skala.

Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > dari 0,6 (Sugiyono, 2014). Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel media sosial Instagram dan partisipasi pemilu setelah dilakukan pengujian menggunakan program IBM SPSS Statistics 26.0:

Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial Instagram (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	14

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Pada tabel 4.7. terlihat bahwa variabel media sosial Instagram memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.848 yang berarti data yang diuji sudah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Tabel 4. 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Partisipasi Politik (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	10

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Pada tabel 4.8. terlihat bahwa variabel Partisipasi Politik memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.769 yang berarti data yang diuji sudah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

4.2.4. Hasil Angket/Kuesioner

a. Media Sosial Instagram (X)

Media sosial tidak hanya sebagai platform komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga digunakan untuk kepentingan khalayak ramai seperti kepentingan politik, pemerintahan, dan lainnya terlebih bagi kegiatan kampanye. Peneliti telah menyebar kuesioner pada 97 responden. Pada variabel media sosial Instagram terdapat 14 pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Setelah keseluruhan data yang diperoleh dalam penelitian diuraikan, maka tahap selanjutnya dilakukan analisis data tentang variabel media sosial Instagram. Adapun dimensi media sosial Instagram adalah sebagai berikut:

Dimensi yang pertama yaitu **Konten**, yang dimaksud adalah konten yang dibagikan kepada khalayak seluas-luasnya dan tidak ada batasannya. Untuk mengetahui dimensi konten diukur melalui 3 indikator yaitu:

1) Aktif dalam menggunakan media sosial Instagram

Pada indikator yang pertama dalam dimensi konten terdapat 1 item pertanyaan yang berbunyi “Saya aktif dalam menggunakan Instagram”. Pertanyaan ini untuk mengetahui apakah responden aktif dalam menggunakan Instagram pribadinya. Berikut adalah hasil analisis indikator yang pertama:

Tabel 4. 9. Saya Aktif Dalam Menggunakan Instagram

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	37	38%
Setuju	54	56%
Ragu-ragu	6	6%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.9. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang (38%), yang menjawab setuju sebanyak 54 orang (56%), dan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 orang (6%), serta tidak ada responden (0) yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 54 orang (56%) kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 37 orang (38%) yang dapat diartikan bahwa sebanyak 91 orang (94%) aktif dalam menggunakan Instagram.

2) Di akun media sosial Instagram masing-masing paslon *disetting public*

untuk dapat dilihat oleh semua orang agar lebih mudah untuk ditemukan

Pada indikator yang kedua dalam dimensi konten terdapat 1 item pertanyaan yang berbunyi “Di akun Instagram masing-masing paslon *disetting public* untuk dapat dilihat oleh semua orang sehingga mudah ditemukan”. Berikut adalah hasil analisis indikator yang kedua:

Tabel 4. 10. Di Akun Instagram Masing-masing Paslon *Disetting Public* Untuk Dapat Dilihat Oleh Semua Orang Sehingga Mudah Ditemukan

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	41	42%
Setuju	45	46%
Ragu-ragu	8	8%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.10. terlihat bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (42%), yang menjawab setuju sebanyak 45 orang (46%), dan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 orang (6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju hanya terdapat 1 orang (1%). Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 86 orang (88%) bahwa akun Instagram masing-masing paslon *disetting public* untuk dapat dilihat oleh semua orang sehingga mudah ditemukan.

- 3) Di akun media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden memposting konten kampanye dan konten tersebut menarik perhatian

Pada indikator yang ketiga dalam dimensi konten terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan atau memposting konten kampanye di Instagram” dan “Postingan kampanye masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden di Instagram menarik perhatian saya”. Berikut adalah hasil analisis indikator yang ketiga:

Tabel 4. 11. Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membagikan atau Memposting Konten Kampanye di Instagram

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	36	37%
Setuju	52	54%
Ragu-ragu	8	8%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.11. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (37%), yang menjawab setuju sebanyak 52 orang (54%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 orang (6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), serta tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 88 orang (91%), setuju dan sangat setuju bahwa masing-

masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan atau memposting konten kampanye di Instagram.

Tabel 4. 12. Postingan Kampanye Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden di Instagram Menarik Perhatian Saya

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	18%
Setuju	59	61%
Ragu-ragu	17	18%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.12. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (18%), yang menjawab setuju sebanyak 59 orang (61%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17 orang (18%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), serta tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 76 orang (79%), setuju dan sangat setuju bahwa postingan kampanye masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden di Instagram menarik perhatian.

Kemudian, dimensi yang kedua adalah *Context* dimana informasi muncul tanpa memulai suatu *gatekeeper* dan tidak ada yang menghambatnya. Untuk mengetahui dimensi Context (Informasi) diukur melalui 2 indikator yaitu:

- 1) Informasi yang disampaikan pada akun media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden, memuat visi-misi dan program kerja mereka.

Pada indikator yang pertama dalam dimensi context (Informasi) terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden menyediakan visi-misi pasangan calon” dan “Informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden memuat program kerja yang jelas”. Berikut adalah hasil analisis indikator yang pertama:

Tabel 4. 13. Informasi yang Disampaikan pada Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Menyediakan Visi-Misi Pasangan Calon

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	16%
Setuju	60	62%
Ragu-ragu	18	19%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.13. terlihat bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (16%), yang menjawab setuju sebanyak 60 orang (62%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 18 orang (19%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang (2%) dan tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden

dengan jumlah sebanyak 76 orang (78%) setuju dan sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden menyediakan visi-misi pasangan calon.

Tabel 4. 14. Informasi yang Disampaikan pada Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Memuat Program Kerja yang Jelas

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	18%
Setuju	55	57%
Ragu-ragu	20	21%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.14. terlihat bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (18%), yang menjawab setuju sebanyak 55 orang (57%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 20 orang (21%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), dan tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 72 orang (75%) setuju dan sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden memuat program kerja yang jelas.

- 2) Informasi pada postingan akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden banyak membahas mengenai isu-isu politik dan informasi yang dibagikan dapat dipahami

Pada indikator yang kedua dalam dimensi context (informasi) terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi "Informasi pada postingan akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden banyak membahas mengenai isu-isu politik" dan "Saya memahami informasi politik yang dibagikan oleh akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden". Berikut adalah hasil analisis indikator yang kedua:

Tabel 4. 15. Informasi pada Postingan Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Banyak Membahas Mengenai Isu-isu Politik

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	61	63%
Ragu-ragu	22	23%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.15. menunjukkan bahwa dari 97 responden, sebanyak 9 orang (9%) menjawab sangat setuju, sebanyak 61 orang (63%) menjawab setuju, sebanyak 22 orang (23%) menjawab ragu-ragu, sebanyak 5 orang (5%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 70 orang (72%), setuju dan sangat setuju bahwa informasi pada postingan akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden banyak membahas mengenai isu-isu politik.

Tabel 4. 16. Saya Memahami Informasi Politik yang Dibagikan Oleh Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	10%
Setuju	61	63%
Ragu-ragu	25	26%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.16. menunjukkan bahwa dari 97 responden, sebanyak 10 orang (10%) menjawab sangat setuju, sebanyak 61 orang (63%) menjawab setuju, sebanyak 25 orang (26%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden (0) yang menjawab tidak setuju, serta sebanyak 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 71 orang (73%), setuju dan sangat setuju bahwa informasi politik yang dibagikan oleh akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden dapat dipahami.

Selanjutnya, dimensi yang ketiga adalah **Interkasi** yang merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi dengan adanya isi pesan yang disampaikan secara langsung. Untuk mengetahui dimensi Interaksi diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden sudah efektif dalam memberikan wadah untuk saling berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya.

Pada indikator dalam dimensi interaksi terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Saya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui kolom komentar di akun media sosial Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden” dan “Menurut saya interaksi media sosial yang dilakukan melalui akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden sudah efektif”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi interaksi:

Tabel 4. 17. Saya Dapat Berinteraksi dengan Pengguna Lainnya Melalui Kolom Komentar di Akun Media Sosial Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	61	63%
Ragu-ragu	14	14%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.17. menunjukkan bahwa dari 97 responden, yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (15%), yang menjawab setuju sebanyak 61 orang (63%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 14 orang (14%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 76 orang (78%) berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui kolom komentar di akun media sosial Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Tabel 4. 18. Menurut Saya Interaksi Media Sosial yang Dilakukan Melalui Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Sudah Efektif

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	57	59%
Ragu-ragu	27	28%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.18. menunjukkan bahwa dari 97 responden, yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7%), yang menjawab setuju sebanyak 57 orang (59%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 27 orang (28%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), dan sebanyak 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah sebanyak 64 orang (66%) setuju dan sangat setuju bahwa interaksi media sosial yang dilakukan melalui akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden sudah efektif.

Dimensi selanjutnya yaitu *Sharing* dimana medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi melalui dua jenis, yaitu melalui konten dan melalui perangkat. Untuk mengetahui dimensi Sharing diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Media sosial Instagram masing-masing paslon presiden dan wakil presiden saling berbagi kegiatan kampanye lewat postingannya dan membuat orang

lain tertarik hingga membagikan postingan tersebut ke dalam Instagram pribadinya.

Pada indikator dalam dimensi sharing terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan berbagai kegiatan kampanye lewat postingan mereka” dan “Postingan kegiatan kampanye di Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden membuat saya tertarik akan sosok paslon tersebut hingga membagikan postingannya ke dalam Instagram pribadi saya”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi sharing:

Tabel 4. 19. Akun Instagram Masing-masing Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membagikan Berbagai Kegiatan Kampanye Lewat Postingan Mereka

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	31%
Setuju	59	61%
Ragu-ragu	7	7%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	97	100%

Pada tabel 4.19. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang (31%), yang menjawab setuju sebanyak 59 orang (61%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 7 orang (7%), dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), serta tidak ada responden (0) yang menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 59 orang (61%) kemudian disusul

dengan jawaban sangat setuju sebanyak 30 orang (31%) yang dapat diartikan sebanyak 89 orang (92%) setuju dan sangat setuju bahwa akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan berbagai kegiatan kampanye lewat postingan mereka.

Tabel 4. 20. Postingan Kegiatan Kampanye di Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Membuat Saya Tertarik Akan Sosok Paslon Tersebut Hingga Membagikan Postingannya ke dalam Instagram Pribadi Saya

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	38	39%
Ragu-ragu	24	25%
Tidak Setuju	19	20%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total	97	100%

Pada tabel 4.20. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (12%), yang menjawab setuju sebanyak 38 orang (39%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 24 orang (25%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang (20%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden dengan jumlah sebanyak 50 orang (51%) setuju dan sangat setuju bahwa postingan kegiatan kampanye di Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden membuat mereka tertarik akan sosok paslon tersebut hingga membagikan postingannya ke dalam Instagram pribadi mereka.

Dimensi yang terakhir dalam variabel media sosial Instagram yaitu **Koneksi** (*Connection*), yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan dengan

adanya keterlibatan atau timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain serta saling memengaruhi. Untuk mengetahui dimensi Koneksi diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Tingkat keterlibatan dalam memberikan *like*, *comment*, dan *share* serta ketertarikan mencari kembali informasi di akun media sosial Instagram masing- masing paslon presiden dan wakil presiden.

Pada indikator dalam dimensi Koneksi ini terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Saya pernah memberikan *like/comment/share* pada akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden” dan “Saya juga mencari kembali informasi-informasi di akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi koneksi:

Tabel 4. 21. Saya Pernah Memberikan *Like/Comment/Share* pada Akun Instagram Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	19%
Setuju	41	42%
Ragu-ragu	15	15%
Tidak Setuju	16	16%
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Total	97	100%

Pada tabel 4.21. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang (19%), yang menjawab setuju sebanyak 41 orang (42%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 15 orang (15%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 orang (16%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak

7 orang (7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 41 orang (42%) kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 18 orang (19%) yang dapat diartikan sebanyak 59 orang (61%) pernah memberikan *like/comment/share* pada akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Tabel 4. 22. Saya Juga Mencari Kembali Informasi-Informasi Di Akun Instagram Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	18%
Setuju	58	60%
Ragu-ragu	16	16%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.22. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (18%), yang menjawab setuju sebanyak 58 orang (60%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 16 orang (16%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 58 orang (60%) kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 17 orang (18%) yang dapat diartikan sebanyak 75 orang (78%) mencari kembali informasi-informasi di akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden.

b. Partisipasi Politik (Y)

Partisipasi politik mengacu pada bagaimana masyarakat atau rakyat banyak terlibat dalam kegiatan politik. Kegiatan politik ini bertujuan untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah. Pada variabel partisipasi politik terdapat 10 pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Setelah keseluruhan data yang diperoleh dalam penelitian diuraikan, maka tahap selanjutnya dilakukan analisis data tentang variabel partisipasi politik. Adapun dimensi partisipasi politik adalah sebagai berikut:

Dimensi yang pertama adalah **Pemberian Suara** yakni adanya kegiatan ikut serta memilih aktif dalam kegiatan perpolitikan. Untuk mengetahui dimensi pemberian suara diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Menggunakan hak suara dengan memilih calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024

Pada indikator dalam dimensi pemberian suara ini terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Saya menggunakan hak suara saya dengan memilih salah satu calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024” dan “Saya mengikuti proses pemilihan sampai akhir pemungutan suara”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi pemberian suara:

Tabel 4. 23. Saya Menggunakan Hak Suara Saya dengan Memilih Salah Satu Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	60	62%
Setuju	33	34%
Ragu-ragu	3	3%

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.23. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 60 orang (62%), yang menjawab setuju sebanyak 33 orang (34%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 orang (3%), tidak ada responden (0) yang menjawab tidak setuju, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab sangat setuju dengan jumlah sebanyak 60 orang (62%) kemudian disusul dengan jawaban setuju sebanyak 33 orang (34%) yang dapat diartikan sebanyak 93 orang (96%) menggunakan hak suara mereka dengan memilih salah satu calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024.

Tabel 4. 24. Saya Mengikuti Proses Pemilihan Sampai Akhir Pemungutan Suara

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	33%
Setuju	46	47%
Ragu-ragu	9	9%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	97	100%

Pada tabel 4.24. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang (33%), yang menjawab setuju sebanyak 46 orang (47%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 9 orang (9%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2

orang (2%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 46 orang (47%) kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 32 orang (33%) yang dapat diartikan sebanyak 78 orang (80%) mengikuti proses pemilihan sampai akhir pemungutan suara.

Selanjutnya adalah dimensi **Diskusi Politik** yakni orang atau kelompok yang membuka diri akan masuknya informasi politik sehingga mengeluarkan *output*, Untuk mengetahui dimensi diskusi politik diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Melakukan diskusi politik mengenai pemilihan presiden tahun 2024

Pada indikator dalam dimensi diskusi politik ini terdapat 2 item pertanyaan yang berbunyi “Saya pernah berdiskusi tentang pasangan calon presiden dan wakil presiden dengan teman atau kelompok” dan “Saya melakukan diskusi politik mengenai pasangan calon presiden dan wakil presiden saat menyaksikan debat Pilpres 2024”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi diskusi politik:

Tabel 4. 25. Saya Pernah Berdiskusi Tentang Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dengan Teman Atau Kelompok

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	33%
Setuju	53	55%
Ragu-ragu	5	5%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total	97	100%

Pada tabel 4.25. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang (33%), yang menjawab setuju sebanyak 53 orang (55%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 orang (5%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 53 orang (55%) kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebanyak 32 orang (33%) yang dapat diartikan sebanyak 85 orang (88%) pernah berdiskusi tentang pasangan calon presiden dan wakil presiden dengan teman atau kelompok.

Tabel 4. 26. Saya Melakukan Diskusi Politik Mengenai Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Saat Menyaksikan Debat Pilpres 2024

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	22%
Setuju	56	58%
Ragu-ragu	11	11%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	97	100%

Pada tabel 4.26. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang (22%), yang menjawab setuju sebanyak 56 orang (58%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 11 orang (11%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden menjawab setuju dengan jumlah sebanyak 56 orang (58%) kemudian disusul

dengan jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang (22%) yang dapat diartikan sebanyak 77 orang (80%) melakukan diskusi politik mengenai pasangan calon presiden dan wakil presiden saat menyaksikan debat Pilpres 2024.

Kemudian dimensi yang ketiga dalam variabel partisipasi politik yaitu **Kegiatan Kampanye** yang merupakan suatu tindakan perorangan atau kelompok yang tujuannya untuk mencapai suatu dukungan. Untuk mengetahui dimensi kegiatan kampanye diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Melakukan kampanye salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024

Pada indikator dalam dimensi kegiatan kampanye ini terdapat 3 item pertanyaan yang berbunyi “Saya membagikan/*share* konten di akun Instagram pribadi saya, untuk salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung”, “Saya mengajak orang lain/teman/keluarga untuk memilih salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden”, dan “Saya terlibat dalam kegiatan kampanye salah satu calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi kegiatan kampanye:

Tabel 4. 27. Saya Membagikan/*Share* Konten di Akun Instagram Pribadi Saya, Untuk Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya

Dukung

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	6%
Setuju	22	23%
Ragu-ragu	23	24%
Tidak Setuju	32	33%

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	14	14%
Total	97	100%

Pada tabel 4.27. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (6%), yang menjawab setuju sebanyak 22 orang (23%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 23 orang (24%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 32 orang (33%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 14 orang (14%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 46 orang (57%) tidak membagikan/*share* konten di akun Instagram pribadi mereka, untuk salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mereka dukung.

Tabel 4. 28. Saya Mengajak Orang Lain/Teman/Keluarga Untuk Memilih Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	33	34%
Ragu-ragu	14	14%
Tidak Setuju	31	32%
Sangat Tidak Setuju	10	10%
Total	97	100%

Pada tabel 4.28. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (9%), yang menjawab setuju sebanyak 33 orang (34%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 14 orang (14%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 31 orang (32%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 10 orang (10%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden sebanyak 42 orang (45%) mengajak orang lain/teman/keluarga untuk memilih salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Tabel 4. 29. Saya Terlibat dalam Kegiatan Kampanye Salah Satu Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	13	13%
Ragu-ragu	15	15%
Tidak Setuju	39	40%
Sangat Tidak Setuju	22	23%
Total	97	100%

Pada tabel 4.29. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang (8%), yang menjawab setuju sebanyak 13 orang (13%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 15 orang (15%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 39 orang (40%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 22 orang (23%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 61 orang (63%) tidak terlibat dalam kegiatan kampanye salah satu calon presiden dan wakil presiden yang mereka dukung.

Kemudian dimensi yang terakhir dari variabel partisipasi politik membentuk dan bergabung dalam **Kelompok Kepentingan**. Untuk mengetahui dimensi kelompok kepentingan diukur melalui 1 indikator yaitu:

- 1) Ikut serta dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan umum tahun 2024

Pada indikator dalam dimensi kelompok kepentingan ini terdapat 3 item pertanyaan yang berbunyi “Saya bergabung dengan kelompok kepentingan untuk

mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung”, “Saya pernah menjadi bagian dari tim sukses salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung”, dan “Saya pernah bergabung menjadi panitia penyelenggara pemilihan untuk menyukseskan pemilu 2024”. Berikut adalah hasil analisis indikator dalam dimensi kelompok kepentingan:

Tabel 4. 30. Saya Bergabung dengan Kelompok Kepentingan Untuk Mendukung Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	11	11%
Ragu-ragu	14	14%
Tidak Setuju	42	43%
Sangat Tidak Setuju	23	24%
Total	97	100%

Pada tabel 4.30. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7%), yang menjawab setuju sebanyak 11 orang (11%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 14 orang (14%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 42 orang (43%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 23 orang (24%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 65 orang (67%) tidak bergabung dengan kelompok kepentingan untuk mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mereka dukung.

Tabel 4. 31. Saya Pernah Menjadi Bagian dari Tim Sukses Salah Satu Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang Saya Dukung

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7%
Setuju	12	12%
Ragu-ragu	12	12%
Tidak Setuju	43	44%
Sangat Tidak Setuju	23	24%
Total	97	100%

Pada tabel 4.31. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7%), yang menjawab setuju sebanyak 12 orang (12%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 12 orang (12%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 43 orang (44%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 23 orang (24%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 66 orang (68%) tidak pernah menjadi bagian dari tim sukses salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mereka dukung.

Tabel 4. 32. Saya Pernah Bergabung Menjadi Panitia Penyelenggara Pemilihan Untuk Menyukseskan Pemilu 2024

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	27	28%
Setuju	15	15%
Ragu-ragu	9	9%
Tidak Setuju	34	35%
Sangat Tidak Setuju	12	12%
Total	97	100%

Pada tabel 4.32. menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang (28%), yang menjawab setuju sebanyak 15 orang (15%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 9 orang (9%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 34 orang (35%), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 12 orang (12%). Hasil pada tabel di atas ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 46 orang (47%) tidak pernah bergabung menjadi panitia penyelenggara pemilihan.

4.2.5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Analisa regresi merupakan suatu bentuk analisa yang mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y). Pada penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier sederhana karena melibatkan hanya dua variabel di dalamnya yakni variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk menganalisis regresi linier sederhana, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics 26.0.

Tabel 4. 33. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.367	1	649.367	22.913	.000 ^b
	Residual	2692.303	95	28.340		
	Total	3341.670	96			
a. Dependent Variable: Partisipasi Politik						
b. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram						

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil pengolahan melalui IBM SPSS Statistics 26.0, didapatkan nilai f hitung yaitu berjumlah 22.913 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang dapat diartikan hasil dari *output* tersebut < 0,05. Sehingga nilai regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada

Media Sosial Instagram (X) Terhadap Partisipasi Politik (Y) Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

4.2.6. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien (Uji T)

Menurut (Sugiyono, 2019) uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dasar pengambilan keputusan untuk melihat kebenaran hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh yang ditunjukkan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $p \geq 0,05$ maka H_0 diterima dengan H_1 ditolak, artinya adalah tidak ada pengaruh yang ditimbulkan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 34. Hasil Uji Koefisien (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.190	5.331		1.349	.181
	Media Sosial Instagram	.465	.097	.441	4.787	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi Politik

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Berdasarkan *print out Coefficients* yang telah diperoleh dari hasil pengolahan melalui IBM SPSS Statistics 26.0, didapatkan nilai *Unstandardized Coefficients Beta* pada model (*Constant*) didapatkan nilai sebesar 7.190, koefisien regresi (β) 0,465 dengan probabilitas (p) 0,000.

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh persamaan regresinya yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,465 + 7,190X$$

Hal tersebut menunjukkan bahwa jika tidak ada media sosial Instagram (*Constant*), maka nilai Partisipasi politik adalah sebesar 7.190 dan angka koefisien regresi (β) sebesar 0,465 mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% media sosial Instagram, maka akan meningkatkan partisipasi politik sebesar 0,465 skor.

Tabel di atas juga menunjukkan bahwa variabel partisipasi politik mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka hasil yang disimpulkan adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya bahwa, variabel media sosial Instagram berpengaruh terhadap variabel partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa Uji Koefisien Determinasi digunakan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa besar kemampuan dari variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Ketentuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai r^2 sama dengan atau mendekati nol, maka variabel bebas berpengaruh kecil atau terbatas pada variabel terikat.
- 2) Jika nilai r^2 mendekati satu, maka variabel bebas berpengaruh kuat pada variabel terikat.

Menurut Sugiyono, pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- 1) 0,00 - 0,199 : Sangat Rendah
- 2) 0,20 - 0,399 : Rendah
- 3) 0,40 - 0,599 : Sedang
- 4) 0,60 - 0,799 : Kuat
- 5) 0,80 - 1,000 : Sangat Kuat

Tabel 4. 35. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.186	5.324
a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram				

Sumber: Hasil pengolahan IBM SPSS Statistics 26.0

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil pengolahan melalui IBM SPSS Statistics 26.0, didapatkan nilai Koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0.194. Nilai tersebut didapatkan dari pengkuadratan nilai Koefisien Korelasi atau “R” yaitu $0.441 \times 0.441 = 0.194$.

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,194 (19,4%). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sangat rendah antara variabel media sosial Instagram terhadap variabel partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024. Sedangkan 80,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.7. Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024

Penelitian ini dilakukan melalui *google form* yang dibagikan kepada responden penelitian yaitu sebanyak 97 responden. Setelah Angket/kuesioner disebarakan melalui *google form* selanjutnya hasil angket/kuesioner yang telah diisi tabulasikan ke dalam tabel kerja. Sebelum dianalisis tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Jika data sudah valid dan reliabel kemudian peneliti melakukan uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis berupa uji Koefisien (Uji T) dan uji Koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel independen (media sosial Instagram) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (partisipasi politik). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji regresi linier sederhana dimana didapatkan nilai f hitung yaitu berjumlah 22.913 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang dapat diartikan hasil dari *output* tersebut $< 0,05$. Sehingga nilai regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada Media Sosial Instagram (X) Terhadap Partisipasi Politik (Y) Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

Kemudian untuk melihat kebenaran hipotesis dilakukan uji koefisien (Uji T) dimana didapatkan nilai t hitung sebesar 4.787, koefisien regresi (β) 0,465 dengan probabilitas (p) 0,000. Hasil menunjukkan bahwa variabel partisipasi politik

mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka hasil yang disimpulkan adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya bahwa, variabel media sosial Instagram berpengaruh terhadap variabel partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

Tetapi terdapat pengaruh yang sangat rendah antara variabel media sosial Instagram terhadap variabel partisipasi politik, hal tersebut dibuktikan dengan data hasil pengolahan uji koefisien determinasi. Didapatkan nilai Koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0.194 (19,4%). Nilai yang didapatkan tersebut yaitu mendekati nol, maka variabel independen berpengaruh kecil atau terbatas pada variabel dependen.

Variabel media sosial Instagram berpengaruh sangat rendah sebesar 19,4% terhadap variabel partisipasi politik, sedangkan 80,4% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian beberapa aspek yang menonjol pada variabel media sosial Instagram yaitu konten dan *context* (informasi), sedangkan dalam variabel partisipasi politik yaitu pemberian suara dan diskusi politik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024”, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh yang positif dari media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 yang berada pada interval 0,00 - 0,199 kemudian hasil dari interpretasinya masuk ke dalam kategori sangat rendah. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima dimana media sosial Instagram berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.
- 2) Berdasarkan data yang sudah diteliti media sosial Instagram berpengaruh sangat rendah terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 sebesar 0.194 (19,4%) sedangkan 80,4% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengujian terhadap hipotesis penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram berpengaruh secara positif tetapi sangat rendah

terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, peneliti merumuskan beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat disempurnakan melalui penelitian yang relevan pada penelitian selanjutnya. diantaranya:

- 1) Sebagai upaya meningkatkan partisipasi pemilih pemula pada pemilu selanjutnya, diharapkan kepada partai politik agar melakukan pendidikan politik ataupun sosialisasi agar pemilih pemula lebih berperan aktif dalam menggunakan hak pilihnya.
- 2) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperlebar jangkauan penelitian baik pada lokasi maupun sampel yang akan di ambil dan juga memperkaya analisis penelitian menggunakan teori-teori yang terbaru.
- 3) Lebih diperhatikan secara mendalam terhadap penentuan variabel apa yang berpengaruh secara signifikan terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilu lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaelola, Akbar. 2009. *Kamus Istilah Politik Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Cakrawala
- Mochtar Mas'oe'd, C. M. 2016. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mulyati, A. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

JURNAL

- Aprianti, N. 2023. *Analisis Partisipasi Pemilih Pemula dalam Melaksanakan Pemilihan Umum Bupati Kerinci di Desa Agung Koto Iman*. EBISMA (Economics, Business, Management, & Accounting Journal). 3(1),7-14.
- Aprilia, I. A. S. D., I., & Permana. G. P. L. 2024. *Edukasi Pentingnya Menggunakan Hak Suara untuk Pemilih Pemula SMKN 3 Denpasar*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN). 5(1), 1301–1306.
- Asiyah., Astuti, A., & Nuraini. 2021. *Analisis Partisipasi Politik Perempuan Dalam Perspektif Hukum Islam*. HAKAKAT AN-NISA: Jurnal Studi Gender Dan Anak, 6(1), 13-26.
- Halik, A. 2019. *Ekstensi Simbolik Aktivismen Komunikasi Politik (Refleksi Pertukaran Songkok Bone Jokowi dan Blangkon Jusuf Kalla pada Sidang Tahunan MPR, 16 Agustus 2017)*. Jurnal Komodifikasi, 5, 1-14.

- Mudiani, W. O. 2023. *Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024*. Journal on Education, 06(01), 3273–3278.
- Munthe, Y. U., & Lubis, F. A. 2022. *Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (Laz Washal)) Sumatera Utara*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). 2(2), 2540.
- Nurcholis, A., & Rizki Putra, T. 2020. *Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM*. Jurnal PolGov, 2(1).
- Permatasari, I. (n.d.). *The Effect of Twitter Social Media Content on the Political Participation of Young Voters Pengaruh Konten Sosial Media Twitter terhadap Partisipasi Politik Pemilih Muda* (Vol. 21).
- Prasetyo, W. D., Harsan. T., & Pujiana. 2019. *Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum 2019 Di Kelurahan Sumber Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta*. Civics Education and Social Science Journal (CESSJ). 1(1), 85-105.
- Rafiq, A. 2020. *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. Global Komunika. 1(1), 19-20.
- Retnawati, E., Suntoro, I., & Nurmalisa, Y. (n.d.). *Pengaruh Media Massa Dan Sikap Politik Terhadap Partisipasi Politik Siswa Dalam Pemilu*.
- Sellita. 2022. *Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia*. Jurnal Lemhannas RI, 153-156.
- Samiri, C., Zari, P., & Damanik, A. (n.d.). *Faktor Meningkatnya Partisipasi Politik Masyarakat pada Pilkada Masa Covid-19 di Kabupaten Dharmasraya Perspektif Siyasa Syar'iyah*. HAKAMAIN: Journal of Sharia and Law Studies. 1(1), 36-45.
- Sani, A., & Al-Qardhawy, M. Y. 2024. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Fisip Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*. Jurnal Real Riset, 6(1), 92.

- Suni, M. (n.d.). *Dampak Media Facebook Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Milenial Pada Pilkada 2020 (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pilkada Kabupaten Timor Tengah Utara tahun 2020)*. Jurnal Poros Politik. 16-23.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. 2023. *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran. 2(1), 161.
- Tamrin. U., Husna. A., Asyhary. A., Umar. N., & Kurniawan, D. 2024. *Analisis Peranan Pemilih Pemula dan Pentingnya Teknologi Digital untuk Pemilihan Umum 2024 di Indonesia (Studi Kasus: Pemilih Pemula SMA Negeri 20 Makassar)*. Journal of Digital Literacy and Volunteering. 2(2), 52-60.
- Zaki, M., & Saiman. 2021. *Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian*. JJIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan. 4(2), 116-117.

ARTIKEL LAIN

- Julpahmi. 2023. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (Hamas) Pada Pemilu Presiden 2019. Skripsi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam.

UNDANG-UNDANG

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Bab I Pasal 1 (Ayat 1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Bab IV Pasal 198 (Ayat 1).
- Peraturan KPU No.3 Tahun 2022 Tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.

SUMBER LAIN**Internet:**

Muhamad, N. *Ini Media Sosial yang Dipakai Anak Muda untuk Akses Informasi Politik*. Diakses dari Databooks.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>. Diakses pada 8 September 2024.

Riyanto, A. D. *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>. Diakses pada 2 April 2024.

Worldometers. *Populasi Indonesia*. Diakses dari [worldometers.info:https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/](https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/). Diakses pada 2 April 2024.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Sekar Mutiara Sani
NPM : 652010120021
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tgl. Lahir/Usia : Indramayu, 26 Maret 2002/22 Tahun
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jalan Majapahit 1 Blok 18 No. 2
Perum. Margalaksana Indah 2, Margadadi,
Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu.
No. HP/Email : 082121710619/sekarmutiarasani@gmail.com
Riwayat Pendidikan : a. SDN Margadadi 1 Tahun 2014
b. SMPN 1 Sindang Tahun 2017
c. SMAN 1 Sindang Tahun 2020

Lampiran 2. Angket/Kuesioner

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN INDRAMAYU PADA PEMILIHAN PRESIDEN (PILPRES) TAHUN 2024

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Sekar Mutiara Sani mahasiswi FISIP Ilmu Pemerintahan Universitas Wiralodra Indramayu, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi mengenai pengaruh media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Indramayu pada Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024.

Saya memohon bantuan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, apabila Anda memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Penduduk Kabupaten Indramayu
2. Pemilih pemula berusia 17-21 tahun pada Pemilihan Umum tahun 2024
3. Sudah memiliki hak suara pada Pemilihan Umum tahun 2024
4. Memiliki akun media sosial Instagram

Anda diminta untuk memilih jawaban yang sekiranya paling sesuai dengan diri Anda dan paling mendeskripsikan diri Anda. Bantuan Anda dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner ini merupakan bantuan yang amat besar dan berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerja sama Anda.

Sebagai bentuk penghargaan atas partisipasi Anda, 5 partisipan yang beruntung akan menerima insentif berupa saldo e-wallet (Dana atau ShopeePay) sebesar Rp. 10.000.

Hormat saya,

Sekar Mutiara Sani (sekarmutiarasani@gmail.com)

Wassalamualaikum Wr. Wb

IDENTITAS RESPONDEN

1. Email
.....
2. Nama Lengkap
.....
3. Jenis Kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Usia pada saat Pemilu 2024
 - 17 Tahun
 - 18 Tahun
 - 19 Tahun
 - 20 Tahun
 - 21 Tahun
5. Alamat
.....
6. Memiliki hak suara pada Pemilu tahun 2024
 - Ya
 - Tidak
7. Memiliki akun Instagram
 - Ya
 - Tidak
8. Nomor Telepon
.....

KUESIONER

A. MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (X)

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan mengenai media sosial Instagram. Silakan berikan jawaban dengan memilih salah satu angka yang paling sesuai dengan diri Anda. Adapun keterangan jawaban:

- | | |
|---------|-----------------------|
| Nilai 5 | = Sangat Setuju |
| Nilai 4 | = Setuju |
| Nilai 3 | = Ragu-ragu |
| Nilai 2 | = Tidak Setuju |
| Nilai 1 | = Sangat Tidak Setuju |

KONTEN

1. Saya aktif dalam menggunakan Instagram
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Di akun Instagram masing-masing paslon *disetting public* untuk dapat dilihat oleh semua orang sehingga mudah ditemukan
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan atau memposting konten kampanye di Instagram
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju
4. Postingan kampanye masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden di Instagram menarik perhatian saya
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju

CONTEXT (INFORMASI)

5. Informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden menyediakan visi-misi pasangan calon
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
6. Informasi yang disampaikan pada akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden memuat program kerja yang jelas
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
7. Informasi pada postingan akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden banyak membahas mengenai isu-isu politik
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju
8. Saya memahami informasi politik yang dibagikan oleh akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju

INTERAKSI

9. Saya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui kolom komentar di akun media sosial Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
10. Menurut saya interaksi media sosial yang dilakukan melalui akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden sudah efektif
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

SHARING

11. Akun Instagram masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden membagikan berbagai kegiatan kampanye lewat postingan mereka
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
12. Postingan kegiatan kampanye di Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden membuat saya tertarik akan sosok paslon tersebut hingga membagikan postingannya ke dalam Instagram pribadi saya
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju

KONEKSI (CONNECTION)

13. Saya pernah memberikan *like/comment/share* pada akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
14. Saya juga mencari kembali informasi-informasi di akun Instagram pasangan calon presiden dan wakil presiden
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju

PARTISIPASI POLITIK (Y)

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan mengenai partisipasi politik. Silakan berikan jawaban dengan memilih salah satu angka yang paling sesuai dengan diri Anda. Adapun keterangan jawaban:

- Nilai 5 = Sangat Setuju
Nilai 4 = Setuju
Nilai 3 = Ragu-ragu
Nilai 2 = Tidak Setuju
Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju

PEMBERIAN SUARA

1. Saya menggunakan hak suara saya dengan memilih salah satu calon presiden dan wakil presiden pada pemilihan umum tahun 2024
- Sangat Setuju
 - Setuju

- Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Saya mengikuti proses pemilihan sampai akhir pemungutan suara
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju

DISKUSI POLITIK

3. Saya pernah berdiskusi tentang pasangan calon presiden dan wakil presiden dengan teman atau kelompok
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju
4. Saya melakukan diskusi politik mengenai pasangan calon presiden dan wakil presiden saat menyaksikan debat Pilpres 2024
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

KEGIATAN KAMPANYE

5. Saya membagikan/*share* konten di akun Instagram pribadi saya, untuk salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu

- Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
6. Saya mengajak orang lain/teman/keluarga untuk memilih salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju
7. Saya terlibat dalam kegiatan kampanye salah satu calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Ragu-ragu
 - Setuju
 - Sangat Setuju


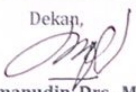
KELOMPOK KEPENTINGAN

8. Saya bergabung dengan kelompok kepentingan untuk mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
9. Saya pernah menjadi bagian dari tim sukses salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang saya dukung
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju

- Sangat Tidak Setuju
10. Saya pernah bergabung menjadi panitia penyelenggara pemilihan untuk
menyukseskan pemilu 2024
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Ragu-ragu
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju



Lampiran 3. SK Pembimbing Skripsi

SK PEMBIMBING SKRIPSI

	UNIVERSITAS WIRALODRA INDRAMAYU FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN TERAKREDITASI "B" SK BAN-PT NOMOR: 13764/SK/BAN-PT/AkPPJ/S/I/2022 Sekretariat: Jl. Ir. H. Djuanda Km. 3 Indramayu 45212 Telp. (0234) 275272 website: http://fisip.unwir.ac.id email: fisipunwirindramayu@gmail.com
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS WIRALODRA INDRAMAYU NOMOR : 018t/SK.D/FISIP-UW/III/Q.2024 TENTANG DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA	
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiralodra	
Menimbang	: a. Bahwa untuk kelancaran penyusunan dan penulisan Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Tahun Akademik 2023-2024 perlu menunjuk Dosen pembimbing skripsi bagi tiap mahasiswa. b. bahwa untuk keperluan pada butir 'a' tersebut diatas, perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan tentang Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa pada Tahun Akademik 2023-2024.
Mengingat	: 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi; 4. Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan; 5. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan dan Riset dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi; 6. Peraturan Yayasan Wiralodra Indramayu Nomor 01/PER/YWI/X/2018 tentang Statuta Universitas Wiralodra, Indramayu.
Memperhatikan	: Surat Usulan Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan pada tanggal 2 Maret 2024 Tentang Dosen Pembimbing Skripsi.
MEMUTUSKAN	
Menetapkan	:
Pertama	: 1. Dr. Ismanudin, Drs., M.Si. (Sebagai Pembimbing I) 2. Ilham Setiawan, S.H., M.Si. (Sebagai Pembimbing II)
Dalam penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini :	
	Nama : Sekar Mutiara Sani NPM : 652010120021 Program Studi : Ilmu Pemerintahan Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu Serentak di Kabupaten Indramayu Tahun 2024
Kedua	: Tugas Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana diktum pertama, yaitu melakukan pembimbingan dalam penyusunan dan penulisan Skripsi kepada setiap mahasiswa yang dibimbing dengan penuh tanggungjawab selama 1 (satu) semester;
Ketiga	: Biaya yang ditimbulkan akibat keputusan ini dibebankan pada anggaran pendapatan dan belanja Universitas dan atau Fakultas;
Keempat	: Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila kemudian hari terdapat kekeliruan, akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya;
Ditetapkan di : Indramayu Pada Tanggal : 04 Maret 2024	
Tembusan disampaikan kepada:	Dekan,  Dr. Ismanudin, Drs., M.Si. NIDN. 0415086701
1. Dosen Pembimbing bersangkutan;	
2. Mahasiswa;	
3. Arsip;	

Lampiran 4. Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas

SURAT PENGANTAR PENELITIAN DARI FAKULTAS

	UNIVERSITAS WIRALODRA INDRAMAYU
	FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
	PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
	TERAKREDITASI "B" SK BAN-PT NOMOR: 13764/SK/BAN-PT/AkPPJ/S/1/2022 Sekretariat: Jl. Ir. H. Djuanda Km. 3 Indramayu 45212 Telp. (0234) 275272 website: http://fisip.unwir.ac.id email: fisipunwirindramayu@gmail.com
Nomor : 043m/FISIP-UW/VI/N.2024	Indramayu, 19 Juni 2024
Lampiran : -	
Perihal : <i>Ijin Penelitian</i>	
Kepada Yth,	
Kepala Bappeda - Litbang Kabupaten Indramayu di- Indramayu.	
<i>Asalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.</i>	
Alhamdulillah, segala puji bagi Allah S.W.T, Shalawat teriring salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah S.A.W. beserta keluarganya, para sahabat serta kita umatnya sebagai penerus risalahnya.	
Dalam rangka memenuhi tugas akhir sebagai syarat menempuh gelar sarjana Strata satu (S-1), dengan ini kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan rekomendasi kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Adapun nama mahasiswa sebagai berikut:	
Nama	: SEKAR MUTIARA SANI
NPM	: 652010120021
Program Studi	: Ilmu Pemerintahan
Judul Skripsi	: Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (PILPRES) Tahun 2024 (Studi Tentang: UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum)
Tempat Penelitian	: KPU Kabupaten Indramayu
Lama Penelitian	: 24 Juni 2024 s.d 17 Agustus 2024
Atas perhatian dan perkenannya kami sampaikan terima kasih.	
<i>Wassalamu'alaikum Warahmatullahi W'abarokatuh.</i>	
	 Dekan, Dr. Ismanudin, Drs., M.Si. NIDN. 0415086701

Lampiran 5. Surat Pengantar Penelitian dari Bappeda-Litbang

SURAT PENGANTAR PENELITIAN DARI BAPPEDA-LITBANG



PEMERINTAH KABUPATEN INDRAMAYU
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN DAERAH
JL. Let. Jend. S. Parman No. 15 Indramayu Kode Pos 45212, Jawa Barat
Telp. Fax. (0234) 271711 Website : <http://bappeda.indramayukab.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 00.9.2/557/Litbang

1. Yang bertandatangan dibawah ini : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA-LITBANG) Kabupaten Indramayu.
- Berdasarkan Surat dari : Universitas Wiralodra Indramayu Nomor : 043m/FISIP-UW/VI/N.2024 Tanggal 19 Juni 2024 Perihal Ijin Penelitian.

Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada:

a. Nama dan NIM	: Sekar Mutiara Sani 652010120021
b. No Tlp/Email	: 082121710619/ sekarmutiarasani@gmail.com
c. Pekerjaan	: Mahasiswa Program Studi Sarjana Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
d. Instansi	: Universitas Wiralodra Indramayu
e. Maksud	: Penelitian Skripsi
f. Judul	: Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 (Studi Tentang: UU No.7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum)
g. Waktu Penelitian	: 24 Juni - 17 Agustus 2024
h. Lokasi / Instansi Penelitian	: KPU Kabupaten Indramayu

2. Sehubungan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/fasilitas yang diperlukan.
3. Setelah selesai melaksanakan kegiatan penelitian agar menyerahkan dokumen hasil penelitian baik berupa salinan cetak atau salinan digital kepada Bappeda-Litbang Kabupaten Indramayu.
4. Demikian Surat Keterangan Penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Indramayu, 21 Juni 2024



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
Kepala Badan Perencanaan
Pembangunan, Penelitian dan
Pengembangan Daerah Kabupaten
Indramayu
Dra. CH. IIN INDRAYATI, M.Si.
Pembina Utama Muda
NIP. 19690427 198803 2 001

Tembusan :

Yth. Ketua KPU Kabupaten Indramayu.

Catatan :

- ✓ UU ITE No 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1
- ✓ "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah."
- ✓ Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**.



Lampiran 6. Buku Bimbingan Skripsi

BUKU BIMBINGAN SKRIPSI

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI*

Program Studi : S1- Ilmu Pemerintahan
 Nama Mahasiswa : Sekar Mutiara Sani
 NPM : 652010120021
 Judul UP/Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Kabupaten Indramayu Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 (Studi Tentang : UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum)

No.	Tanggal Bimbingan	Materi dan Saran Bimbingan Skripsi**	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
1.	20 Maret 2024	Konsultasi judul usulan Penelitian		
2.	17 April 2024	Bimbingan bab 1 dan 2		
3.	20 April 2024	Konsultasi judul, teori, dan bab 1		
4.	27 April 2024	Bimbingan bab 1		
5.	12 Mei 2024	Konsultasi figuren pustaka Indikator, dan bab 2		
6.	20 Mei 2024	Bimbingan bab 2 & 3		
7.	26 Mei 2024	Bimbingan bab 3		
8.	2 Juni 2024	Bimbingan bab 3		
9.	29 Juni 2024	Konsultasi Setelah sup		
10.	8 Agustus 2024	Konsultasi r-tabel untuk bab 4		
11.	21 Agustus 2024	Bimbingan bab 4 & 5		
12.	22 Agustus 2024	Bimbingan bab 4 & 5		

Lampiran 7. Hasil Uji SPSS Statistics

HASIL UJI VALIDITAS (VARIABEL X)

CORRELATIONS
/VARIABLES=X01 X02 X03 X04 X05 X06 X07 X08 X09 X10 X11 X12 X13 X14 Total
/PRINT=TOTAL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE

Correlations

Notes

Output Created: 05-JUL-2024 18:05:03

Comments

Input

Active Dataset: DataSet1

Filter: <none>

Weight: <none>

Split File: <none>

N of Rows in Working Data File: 20

Missing Value Handling

Definition of Missing: Use-defined missing values are treated as missing

Cases Used: Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.

Syntax

CORRELATIONS
/VARIABLES=X01 X02
X03 X04 X05 X06 X07
X08 X09 X10 X11 X12
X13 X14 Total
/PRINT=TOTAL
NOSIG
MISSING=PAIRWISE

Resource

Processor Time: 00:00:00.02
Elapsed Time: 00:00:00.00

[DataSet1]

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	Total
X01	Pearson Correlation	1	0.287	-0.167	0.355	-0.175	0.303	0.102	0.336	0.053	-0.090	0.008	-0.030	0.332	.585 ^{**}	0.394
	Sig. (2-tailed)															
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X02	Pearson Correlation	0.287	1	0.204	.712 ^{**}	.608 ^{**}	.501 [*]	0.430	0.399	0.216	0.212	0.207	0.067	0.318	0.400	.642 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.255		0.387	0.000	0.004	0.024	0.058	0.062	0.361	0.369	0.381	0.779	0.172	0.081	0.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X03	Pearson Correlation	-0.167	0.204	1	0.430	.510 [*]	0.011	.580 ^{**}	0.282	.451 [*]	0.412	-0.097	0.300	.588 ^{**}	0.385	.570 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.481	0.387		0.058	0.022	0.963	0.007	0.228	0.048	0.071	0.685	0.199	0.007	0.093	0.009
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X04	Pearson Correlation	0.285	.712 ^{**}	0.430	1	.530 [*]	0.389	.614 ^{**}	.606 ^{**}	.541 [*]	.548 [*]	0.390	.499 [*]	.481 [*]	0.412	.881 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.229	0.000	0.066		0.016	0.060	0.004	0.004	0.014	0.012	0.215	0.026	0.032	0.071	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X05	Pearson Correlation	-0.175	.608 ^{**}	.510 [*]	.530 [*]	1	.520 [*]	0.385	0.134	0.174	0.373	0.265	0.167	0.327	0.402	.572 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.460	0.004	0.022	0.016		0.019	0.125	0.573	0.483	0.105	0.259	0.481	0.160	0.079	0.008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X06	Pearson Correlation	0.303	.501 [*]	0.011	0.389	.520 [*]	1	0.331	-0.113	-0.049	0.148	0.350	-0.033	0.148	0.365	0.438
	Sig. (2-tailed)	0.194	0.024	0.963	0.060	0.019		0.154	0.635	0.838	0.533	0.131	0.892	0.532	0.113	0.083
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X07	Pearson Correlation	0.102	0.430	.580 ^{**}	.614 ^{**}	0.385	0.331	1	0.402	0.429	.486 ^{**}	-0.015	0.309	.720 ^{**}	0.387	.712 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.668	0.056	0.007	0.004	0.125	0.154		0.079	0.069	0.050	0.964	0.186	0.000	0.123	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X08	Pearson Correlation	0.336	0.399	0.282	.608 ^{**}	0.134	-0.113	0.402	1	0.385	.509 [*]	0.428	.448 [*]	.456 [*]	.467 [*]	.709 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.147	0.082	0.228	0.004	0.573	0.635	0.079		0.094	0.022	0.060	0.048	0.042	0.038	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X09	Pearson Correlation	0.053	0.216	.451 [*]	.541 [*]	0.174	-0.049	0.429	0.385	1	.504 [*]	-0.117	0.074	0.289	0.090	.802 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.825	0.361	0.046	0.014	0.463	0.838	0.069	0.094		0.023	0.623	0.757	0.217	0.708	0.024
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X10	Pearson Correlation	-0.090	0.212	0.412	.549 [*]	0.313	0.148	.486 ^{**}	.509 [*]	.504 [*]	1	0.324	.481 [*]	0.298	0.988	.822 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.706	0.369	0.011	0.012	0.166	0.533	0.030	0.022	0.023		0.183	0.041	0.221	0.779	0.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X11	Pearson Correlation	0.006	0.207	-0.067	0.290	0.265	0.350	-0.013	0.428	-0.117	0.324	1	0.372	-0.034	0.300	.364
	Sig. (2-tailed)	0.979	0.381	0.685	0.215	0.259	0.131	0.968	0.060	0.623	0.163		0.106	0.888	0.398	0.115
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X12	Pearson Correlation	-0.035	0.067	0.300	.489 [*]	0.167	-0.033	0.309	.448 [*]	0.074	.481 [*]	0.372	1	0.272	0.126	.485 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.883	0.779	0.199	0.025	0.481	0.862	0.185	0.048	0.757	0.041	0.106		0.246	0.598	0.030
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X13	Pearson Correlation	0.332	0.318	.588 ^{**}	.481 [*]	0.327	0.148	.720 ^{**}	.455 [*]	0.289	0.288	-0.034	0.272	1	.766 ^{**}	.724 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.152	0.172	0.007	0.032	0.160	0.532	0.000	0.042	0.217	0.221	0.888	0.248		0.000	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X14	Pearson Correlation	.585 ^{**}	0.400	0.385	0.412	0.402	0.365	0.357	.487 [*]	0.090	0.068	0.200	0.128	.786 ^{**}	1	.894 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.081	0.063	0.071	0.079	0.113	0.123	0.036	0.706	0.778	0.398	0.598	0.000		0.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	0.396	.642 ^{**}	.570 ^{**}	.881 ^{**}	.572 ^{**}	0.438	.712 ^{**}	.709 ^{**}	.502 [*]	.822 ^{**}	0.364	.485 [*]	.724 ^{**}	.894 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	0.084	0.002	0.006	0.000	0.008	0.053	0.000	0.000	0.004	0.003	0.115	0.030	0.000	0.001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS (VARIABEL Y)

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Y01 Y02 Y03 Y04 Y05 Y06 Y07 Y08 Y09 Y10 Y11 Total
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes	
Output Created	05-JUL-2024 18:54:28
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	20
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing
Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Y01 Y02 Y03 Y04 Y05 Y06 Y07 Y08 Y09 Y10 Y11 Total PRINT=TWOTAIL NOSIG MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time 00:00:00.02 Elapsed Time 00:00:00.00

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.580*	0.369	0.223	0.336	0.199	0.177	0.212	0.152	0.111	-0.097	.490
	Sig. (2-tailed)		0.007	0.110	0.344	0.147	0.401	0.456	0.370	0.524	0.643	0.685	0.028
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y02	Pearson Correlation	.580*	1	-0.185	0.189	0.253	-0.069	0.000	-0.041	-0.174	-0.263	-0.248	0.109
	Sig. (2-tailed)	0.007		0.436	0.424	0.281	0.774	1.000	0.365	0.483	0.262	0.291	0.648
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y03	Pearson Correlation	0.369	-0.185	1	.465	0.309	.449	0.177	0.025	0.360	0.410	0.458	.678*
	Sig. (2-tailed)	0.110	0.436		0.039	0.185	0.047	0.455	0.916	0.098	0.073	0.053	0.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y04	Pearson Correlation	0.223	0.189	.465	1	0.375	0.222	0.254	-.465*	0.109	-0.046	0.171	0.419
	Sig. (2-tailed)	0.344	0.424	0.039		0.104	0.347	0.280	0.039	0.646	0.847	0.470	0.066
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y05	Pearson Correlation	0.336	0.253	0.309	0.375	1	0.358	0.035	0.212	0.224	0.111	-0.050	.476*
	Sig. (2-tailed)	0.147	0.281	0.185	0.104		0.121	0.882	0.370	0.343	0.643	0.836	0.033
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y06	Pearson Correlation	0.199	-0.069	.449	0.222	0.358	1	.770*	0.254	0.424	0.309	0.378	.739*
	Sig. (2-tailed)	0.401	0.774	0.047	0.347	0.121		0.000	0.280	0.063	0.165	0.102	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y07	Pearson Correlation	0.177	0.000	0.177	0.254	0.035	.770*	1	0.226	.484*	0.275	0.264	.627*
	Sig. (2-tailed)	0.456	1.000	0.455	0.280	0.882	0.000		0.339	0.031	0.241	0.261	0.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y08	Pearson Correlation	0.212	-0.041	0.025	-.465*	0.212	0.254	0.226	1	.681*	.572*	0.112	.455*
	Sig. (2-tailed)	0.370	0.865	0.916	0.039	0.370	0.280	0.339		0.001	0.008	0.638	0.044
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y09	Pearson Correlation	0.152	-0.174	0.380	0.109	0.224	0.424	.484*	.681*	1	.729*	0.356	.746*
	Sig. (2-tailed)	0.524	0.463	0.098	0.646	0.343	0.063	0.031	0.001		0.000	0.124	0.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y10	Pearson Correlation	0.111	-0.263	0.410	-0.046	0.111	0.309	0.275	.572*	.729*	1	0.286	.585*
	Sig. (2-tailed)	0.643	0.262	0.073	0.847	0.643	0.185	0.241	0.008	0.000		0.222	0.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y11	Pearson Correlation	-0.097	-0.248	0.438	0.171	-0.050	0.376	0.264	0.112	0.356	0.286	1	.545*
	Sig. (2-tailed)	0.685	0.291	0.053	0.470	0.836	0.102	0.261	0.638	0.124	0.222		0.013
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.490	0.109	.678*	0.419	.476*	.737*	.627*	.455*	.746*	.585*	.545*	1
	Sig. (2-tailed)	0.028	0.648	0.001	0.066	0.033	0.000	0.003	0.044	0.000	0.007	0.013	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS (VARIABEL X)

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X01 X02 X03 X04 X05 X06 X07 X08 X09 X10
X11 X12 X13 X14
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created		09-AUG-2024 14:55:58
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	20
	File	
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X01 X02 X03 X04 X05 X06 X07 X08 X09 X10 X11 X12 X13 X14 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.01
	Elapsed Time	00:00:00.00

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	48.6000	39.095	.239	.861
X02	48.6500	38.345	.574	.834
X03	48.8000	38.379	.481	.839
X04	49.3500	32.661	.837	.811
X05	48.7500	40.092	.517	.840
X06	48.6500	40.555	.360	.845
X07	48.8000	38.800	.667	.833
X08	48.9000	38.305	.658	.832
X09	49.2000	38.589	.391	.845
X10	49.3000	36.853	.522	.837
X11	48.7500	40.618	.258	.851
X12	49.4000	39.200	.384	.845
X13	49.1000	36.516	.656	.828
X14	48.8500	35.608	.603	.831

HASIL UJI RELIABILITAS (VARIABEL Y)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y01 Y02 Y03 Y04 Y05 Y06 Y07 Y08 Y09 Y10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes		
Output Created		09-AUG-2024 15:49:18
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	20
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Y01 Y02 Y03 Y04 Y05 Y06 Y07 Y08 Y09 Y10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	25.8500	29.397	.286	.766
Y02	26.9000	24.095	.580	.727
Y03	26.6500	28.976	.240	.773
Y04	26.8500	29.082	.327	.762
Y05	28.0000	25.474	.669	.721
Y06	28.0000	26.105	.505	.740
Y07	28.0500	27.839	.300	.768
Y08	28.2000	24.589	.692	.714
Y09	28.3500	27.924	.549	.743
Y10	27.6500	24.555	.369	.773

**HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA, UJI KOEFISIEN (UJI T),
DAN UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)**

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X.
```

Regression

		Notes
Output Created		09-AUG-2024 16:27:22
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	97
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.00
	Memory Required	2400 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Sosial Instagram ^b		Enter

a. Dependent Variable: Partisipasi Politik

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.186	5.324

a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.367	1	649.367	22.913	.000 ^b
	Residual	2692.303	95	28.340		
	Total	3341.670	96			

a. Dependent Variable: Partisipasi Politik

b. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.190	5.331		1.349	.181
	Media Sosial Instagram	.465	.097	.441	4.787	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi Politik

Lampiran 8. Tabulasi Data Responden (Variabel X)

No. Responden	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	Total
1	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	2	4	56
2	4	5	4	2	3	3	4	4	4	3	4	2	5	4	51
3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	5	5	3	5	4	4	4	1	4	4	5	5	4	1	54
5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	2	5	2	5	4	53
6	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	1	4	51
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
9	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
10	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	55
11	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	48
12	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	66
13	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	59
14	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	63
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	2	4	4	54
16	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	53
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	53
19	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	49
20	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	66
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	55
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
24	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	2	1	5	53
25	5	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	1	3	46
26	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	56
27	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	55
28	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
29	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	5	53
30	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	60
31	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	53
32	5	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3	46
33	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	62
34	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	2	54
35	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	56
36	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	3	5	57
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	53
38	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	57
39	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58
40	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	61
41	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	2	5	48
42	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	5	3	5	4	58
43	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	2	5	5	62
44	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	58
45	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	55
46	4	4	5	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	49
47	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	43
48	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	1	4	49
49	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	55
50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	56
51	4	5	4	4	4	5	3	4	4	2	4	1	2	3	49
52	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	52
53	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	66
54	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	51
55	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	62
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
57	3	4	5	3	4	5	5	4	3	2	5	2	4	4	53
58	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	60
59	4	4	5	4	3	3	5	4	5	3	5	4	5	3	57
60	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	1	4	55
61	5	5	5	4	4	2	3	4	4	4	5	3	4	4	56
62	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	50
63	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	57
64	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5	3	4	5	5	61
65	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	1	4	4	61
66	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	54
67	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	56
68	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	50
69	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	51
70	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	56
71	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	50
72	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	2	4	48
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
74	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	52
75	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	53
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
77	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	60
78	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	52
79	5	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	51
80	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	2	1	1	4	48
81	5	1	2	5	2	2	2	4	4	1	4	5	2	4	43
82	4	3	4	4	3	3	5	3	2	3	4	4	5	3	50
83	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	39
84	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	52
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	58
86	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	50
87	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	57
88	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	59
89	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	65
90	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	62
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	56
93	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	2	5	5	58
94	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	54
95	4	4	5	4	3	3	2	4	4	3	4	1	4	4	49
96	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5	62
97	5	4	4	4	2	5	4	3	4	3	4	3	4	4	53

Lampiran 9. Tabulasi Data Responden (Variabel Y)

No. Responden	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	Total
1	5	5	5	5	4	4	3	3	1	5	40
2	5	4	4	4	1	1	1	1	1	1	23
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	1	2	5	5	5	4	3	4	5	4	38
5	5	4	5	4	2	2	2	1	1	1	27
6	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	22
7	5	5	5	4	2	2	3	3	3	3	35
8	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	32
9	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	35
10	5	4	5	4	3	3	2	2	2	2	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
13	5	5	4	4	3	2	3	3	2	5	36
14	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	28
15	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
16	5	5	5	4	2	2	2	3	2	2	32
17	5	5	4	4	3	4	1	1	1	1	29
18	5	5	4	4	2	2	2	2	2	2	30
19	5	5	3	3	1	1	2	1	2	5	28
20	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
21	5	5	5	4	1	1	1	1	1	5	29
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	5	5	5	5	3	2	2	2	2	5	36
24	4	5	5	3	3	4	4	1	1	3	33
25	5	2	4	3	1	2	1	1	3	2	24
26	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	31
27	5	5	5	5	2	2	1	1	1	5	32
28	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
29	5	2	5	3	2	3	2	2	2	2	28
30	5	3	4	4	2	4	2	2	2	2	30
31	5	4	4	4	2	2	1	1	1	5	29
32	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	27
33	5	4	5	5	3	2	2	3	2	2	33
34	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	26
35	5	3	5	2	1	2	2	3	2	1	26
36	5	4	4	2	4	5	3	3	3	3	36
37	5	4	5	5	2	2	5	5	5	5	43
38	4	5	4	4	2	2	1	1	1	5	29
39	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	31
40	5	5	3	4	3	1	1	1	1	5	29
41	5	4	5	5	2	5	2	2	2	2	34
42	5	5	5	5	1	2	1	1	1	5	31
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
44	5	5	4	4	2	1	1	1	1	5	29
45	5	4	4	5	3	4	3	3	2	5	38
46	4	4	4	4	1	2	1	2	2	2	26
47	5	3	5	5	3	2	2	2	2	2	31
48	4	2	4	4	2	4	2	2	2	4	30
49	4	4	5	4	4	4	4	1	1	1	32
50	5	2	4	3	2	4	2	2	2	2	28
51	4	3	2	2	2	1	2	2	1	4	23
52	5	5	4	4	2	2	2	2	2	2	30
53	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
54	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	35
55	5	4	4	4	4	4	2	3	3	2	35
56	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
57	5	5	4	4	4	4	5	5	5	1	42
58	5	5	5	5	2	5	5	1	1	1	35
59	5	4	4	4	2	3	2	2	2	2	30
60	3	1	4	4	3	3	3	2	4	5	32
61	5	1	5	5	2	3	2	2	1	2	28
62	4	4	3	3	2	2	1	2	3	1	25
63	5	4	4	4	3	2	2	2	2	1	29
64	5	5	5	5	5	4	4	2	2	2	39
65	5	5	5	5	1	3	3	2	2	5	36
66	4	4	3	3	3	1	2	2	2	4	28
67	5	4	5	4	4	2	2	2	2	2	32
68	5	5	5	4	3	5	2	2	2	5	38
69	5	4	2	2	2	3	2	2	2	1	25
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	3	4	4	3	4	3	2	2	2	31
72	5	5	4	4	2	2	1	1	2	4	30
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	29
75	5	4	4	4	3	4	1	1	1	1	28
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	4	4	4	3	3	2	2	2	2	31
78	5	4	4	5	2	4	4	3	2	5	38
79	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	28
80	5	5	4	3	1	1	1	1	1	1	23
81	4	2	2	2	1	2	3	5	4	3	28
82	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	23
83	4	4	4	4	1	2	1	1	1	2	24
84	5	5	4	4	1	4	1	1	5	5	35
85	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5	31
86	4	4	4	4	1	4	1	2	2	2	28
87	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
88	5	5	2	1	2	2	2	2	2	5	28
89	5	4	5	4	3	3	2	2	1	2	31
90	5	4	5	5	5	5	3	3	3	2	40
91	5	4	4	5	5	5	1	2	2	5	38
92	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	35
93	5	3	5	5	4	5	5	3	3	3	41
94	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37
95	5	5	4	4	2	1	1	1	1	5	29
96	5	5	5	5	2	2	1	1	1	5	32
97	4	2	4	4	3	2	2	2	2	2	27

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Penyerahan Surat Izin Penelitian Kepada Pihak KPU Kab. Indramayu



Gambar 2. Pengambilan Data Pemilu dari Pihak KPU Kab. Indramayu



Gambar 3. Pengambilan Data Pemilu dari Pihak KPU Kab. Indramayu