
Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Politik terhadap Partisipasi Mahasiswa dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Musirawas Utara – Sumatra Selatan

Juanda^{1*}, Rosita Tagor¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi,
Jl. Wijaya II No 62, Jakarta Selatan Jakarta 12160, Jakarta, Indonesia

*Corresponding Author: anda1284@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i2.113>

Submitted: 22 Agustus 2022 Revised: 19 Oktober 2022 Published: 31 Oktober 2022

Abstract

One of the social media that is widely used by politicians to win regional head elections is Facebook. However, it has enormous disinformation potential to manipulate public opinion. The impact of Facebook social media on political integrity is indispensable for predicting political movements. The purpose of this research is to explain the influence of social media Facebook and political knowledge on the participation of students who are members of the Indonesian National Student Movement in the general election for regional heads in Muratara Regency. The theory used is social media, political knowledge, and participation. The method used is a survey with an explanatory research type. The population in this study are students who are members of the Indonesian National Student Movement in Muratara Palembang Regency. Information and data collection is carried out through the stages of distributing questionnaires, interviews, literature studies, and documentation. Data analysis used multiple linear regression. The results of the study explain that social media Facebook and political knowledge have an effect on the participation of GMNI members in the general election for regional heads in Muratara Regency.

Keywords: social media; Facebook; Political Knowledge, Participation, Students

Abstrak

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh para politisi untuk memenangkan pemilihan umum kepala daerah adalah Facebook. Namun, memiliki potensi disinformasi yang sangat besar untuk memanipulasi opini publik. Dampak media sosial Facebook terhadap integritas politik sangat diperlukan untuk memperkirakan gerak politik. Tujuan riset ini adalah untuk menjelaskan pengaruh media sosial Facebook dan pengetahuan politik terhadap partisipasi mahasiswa anggota GMNI dalam pemilihan umum kepala daerah di Kabupaten Muratara. Teori yang digunakan adalah media sosial, pengetahuan politik, dan partisipasi. Metode yang digunakan adalah survei dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menjadi anggota Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia yang berada di Kabupaten Muratara Palembang, Pengumpulan informasi dan data dilakukan melalui tahap penyebaran kuesioner, wawancara, kajian Pustaka, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan media sosial Facebook dan pengetahuan politik berpengaruh secara bersama-sama terhadap partisipasi mahasiswa anggota GMNI dalam pemilihan umum kepala daerah di Kabupaten Muratara

Kata kunci: Komunikasi Politik; Media Sosial; Pengetahuan Politik, Partisipasi, Mahasiswa

Pendahuluan

Para peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk komunikasi politik telah melakukan beberapa riset dalam berbagai elemen pemanfaatan media baru (Golan,

Arceneaux, & Soule, 2019). Internet berperan penting dalam menyebarkan informasi atau pesan kepada khalayak mengenai fenomena politik, yang melibatkan pengguna, dan mendorong

dalam kegiatan politik yang dilakukan secara langsung melalui online atau offline. Media sosial dapat dilihat sebagai bagian dari evolusi internet (Kumi-Yeboah & Blankson, 2014). Media sosial dapat dilihat sebagai bagian dari evolusi Internet.

Internet dapat digunakan untuk berbagi informasi dan opini, untuk berkolaborasi atau berpartisipasi dalam konten online. Mengingat dampaknya yang tinggi pada kehidupan sehari-hari dan perekonomian juga politik, internet dapat disebut sebagai revolusi teknologi. Internet berdampak pada hubungan *online* dan *offline*. Penelitian yang dilakukan McAllister, (2016) menunjukkan, internet dan media sosial, penting untuk menyebarkan informasi politik. Sebaliknya, hal itu juga menjadi ancaman bagi demokrasi, seperti pada pemilihan Presiden Amerika Serikat di tahun 2016 dan beberapa negara Eropa. Media sosial adalah salah satu sumber informasi terbesar bagi miliaran penggunanya. Namun, media sosial memiliki potensi disinformasi yang sangat besar untuk memanipulasi opini publik. Dampak media sosial terhadap integritas politik sangat diperlukan untuk memperkirakan gerak politik. Internet mendorong pengguna ke arah politik dan memperkuat *offline* (McAllister, 2016).

Interaktivitas yang melekat di internet telah dilihat sebagai karakteristik utama yang meningkatkan pengetahuan politik dan keterlibatan politik secara umum (Bakker dan de Vreese 2011; Bimber 2012; Farrell 2012). Ini meliputi informasi politik melalui internet, serta menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan kalangan pemuda, kandidat pemilu, dan partai untuk membahas masalah tertentu. Secara khusus, penelitian telah menunjukkan, diskusi sangat penting untuk pendidikan kewarganegaraan yang efektif meniru pengalaman ini di dunia maya harus menambah pengetahuan. Misalnya, program suara mahasiswa internasional menemukan efek positif yang kuat pada pengetahuan politik untuk 'menggunakan

internet untuk mengeksplorasi masalah dan belajar tentang kandidat'. Jika digunakan dengan benar, internet memiliki potensi yang cukup besar untuk menambah pengetahuan politik (McAllister, 2016).

Generasi milenial adalah pengguna internet atau media sosial yang sangat aktif. Kegiatan online yang berhubungan dengan politik bermanfaat dan memotivasi kalangan mahasiswa untuk terlibat atau berpartisipasi dalam agenda politik yang berkaitan dengan internet, pengetahuan politik, dan partisipasi politik yang berhubungan satu sama lain. Tendensi ini menjadi peran kunci dalam pelaksanaan pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) yang dilakukan secara serempak di Indonesia pada tahun 2020. Media sosial mendistribusikan probabilitas terhadap setiap orang yang terdorong untuk memiliki pengetahuan politik, dan berperan serta dengan berkontribusi dengan memberikan respon secara jelas yang sifatnya dua arah, serta berbagi pesan politik yang dibuat dalam konteks komunikasi yang tanpa batas. Pengetahuan politik dan partisipasi politik melalui *platform* media sosial itu unik, dan memberikan kesempatan yang lebih baik bagi orang untuk berpartisipasi dalam ranah *online* (Chan, Michael, Guo, 2013).

Di Indonesia, media sosial, khususnya Facebook memiliki pengaruh dan dapat memotivasi orang untuk terlibat dan berpartisipasi secara bebas yang didukung oleh iklim demokrasi. Ini memberikan jaminan bahwa setiap individu dapat bertukar opini dan mengungkapkan ide mereka yang dituangkan di Facebook dengan bebas. Dukungan atau partisipasi khalayak melalui Facebook dapat berfungsi sebagai agen perubahan sosial dan mengonversikan sifat politik (Paler et al. 2020). Pengetahuan politik dan partisipasi politik menjelaskan dampak ganda dari internet pada isi pesan yang disampaikan terhadap politik (Nam, 2012). Penelitian yang dilakukan Arshad & Hasan (2014) menunjukkan, banyak mahasiswa menggunakan media sosial,

seperti Facebook untuk berbagi pendapat atau diskusi seputar politik yang berkaitan dengan pemilihan umum.

Demokrasi juga mempengaruhi individu dalam menyampaikan pandangannya di media sosial Facebook seperti mahasiswa yang tergabung dalam

Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) pada Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) Kabupaten Musirawas Utara (Muratara) yang diikuti tiga pasang calon yang didukung partai politik dan yang tidak didukung partai politik (calon independen), yakni (Tabel 1):

Tabel 1. Daftar Pasangan Calon Pemilukada Kabupaten Muratara

No. Urut Paslon	Nama Pasangan Calon	Partai Pendukung	Jumlah Kursi
1	Devi Suhartoni dan Innayatullah	PDIP, Nasdem, Hanura	7
2	Akisropi Ayub dan Baikuni Anwar	Perseorangan / Independen	-
3	M. Syarif Hidayat dan Surian	Gerindra, PKB, Golkar, PKS, PPP, PAN, Demokrat, PBB	18

Sumber: KPU Kabupaten Musirawas Utara

Penelitian ini difokuskan pada pasangan calon (Paslon) Bupati Miratara No.1 yaitu Devi Suhartoni dan Innayatullah yang didukung oleh PDIP, Nasdem, dan Hanura, karena dilihat dari sisi elektabilitas mereka merupakan figur yang memperoleh dukungan sebab program-program yang mereka sampaikan sesuai dengan keinginan khalayak sehingga menimbulkan rasa simpati dan empati khalayak untuk memilihnya. Popularitas cenderung berkaitan dengan individu baik secara positif ataupun negatif, juga kadang-kadang dimaknai individu yang mempunyai kemampuan dana secara individual. Figur Paslon nomor satu memiliki dukungan yang banyak dari kalangan mahasiswa anggota Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI). Studi yang dilakukan oleh (Fauzan & Mubarak, 2022) menunjukkan, persepsi popularitas dan elektabilitas mempengaruhi pola kampanye kandidat.

Pelaksanaan kampanye pemilukada paslon satu menggunakan media sosial, yaitu Facebook sebagai media komunikasi politik untuk menyampaikan visi, misi, strategi dan tujuan yang hendak dicapai dalam meningkatkan pengetahuan politik dan partisipasi mahasiswa GMNI. Salah satu program yang jadi perhatian komunitas GMNI atas paslon satu adalah memajukan ekonomi, pendidikan, mendirikan perguruan tinggi dan Kesehatan di Kabupaten Muratara, karena salah satu

faktor ketertinggalan di kabupaten itu adalah kurangnya sumber daya manusia.

Penggunaan Facebook sebagai media kampanye didasarkan pada pertimbangan karena Indonesia menjadi negara dengan pengguna Facebook terbesar ketiga di dunia setelah India (329,65 juta) dan Amerika Serikat (179,65 juta). Kalsnes (2016) membahas Facebook sebagai platform unik untuk interaksi antara partai politik dan pemilih. Studi ini memberikan praktik terbaik untuk menghubungkan dengan pemilih untuk keterlibatan politik.

Raouf, Zaman, Ahmad, dan Al-Qaraghuli (2013) dalam (Ahmad et al., 2019) mempelajari sistem jaringan sosial sebagai alat untuk perubahan politik. Temuan penelitian mereka menunjukkan bahwa media sosial banyak digunakan sebagai jaringan komunikasi antara calon dan pemilih. Dengan memberikan informasi politik, media sosial dapat meningkatkan pengetahuan politik, mengundang partisipasi politik, berperan penting dalam pendidikan politik serta mobilisasi khalayak dalam politik (Ahmad et al., 2019). Penelitian Alfani (2018) menemukan bahwa penggunaan Facebook cukup signifikan dalam pemilukada di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu.

Namun, media sosial juga memiliki kekurangan. Studi Calder (2013) berpendapat adanya kerugian menggunakan media sosial sebagai komunikasi politik. Mahmud dan Amin

(2017) berfokus pada penggunaan media *online* dalam kegiatan politik di kalangan mahasiswa. Namun Schmiemann (2015) meneliti situs jaringan sosial dan partisipasi politik dan menyimpulkan, konten Facebook menunjukkan respons positif terkait partisipasi politik. Gibson dan McAllister (2012) mengevaluasi hubungan sosial online dan keterlibatan politik, serta meneliti bagaimana *platform online* meningkatkan interaksi politik. Selain itu, interaksi *online* meningkatkan ikatan serupa di antara jaringan penghubung yang tidak terkait; mereka menemukan bahwa kontak sosial *online* mendorong partisipasi *offline*.

Penelitian Ahmad et al., (2019) menunjukkan pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Pemilih pemula adalah pemilih yang paling berpengaruh dalam perebutan suara, khususnya melalui kampanye di media sosial. Pemilih pemula cenderung memilih pasangan yang aktif memberikan informasi lewat media sosial karena dianggap menarik dan mudah dijangkau. Kahne, Middaugh, dan Allen (2014) menyimpulkan media baru memberikan platform kepada individu untuk mencari informasi dan komunikasi dengan khalayak besar untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik.

Studi ini menjelaskan pengaruh media sosial dan pengetahuan politik terhadap partisipasi pemuda komunitas GMNI dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Muratara, sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk menjelaskan pengaruh media sosial dan pengetahuan politik terhadap partisipasi pemuda komunitas GMNI dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Muratara.

Kerangka Teori

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah gabungan penerapan berlandaskan internet yang dibentuk di atas aliran fundamen dan kemajuan informasi Web 2.0. Kemudian,

Safko & Brake (2009) merujuk pada media yang dapat digunakan untuk bersosialisasi, atau semua alat yang tersedia untuk terhubung dengan prospek, dan strategi yang diperlukan untuk menggunakan taktik dan alat ini secara efektif. Pada akhirnya, media sosial adalah tentang interaksi dan koneksi online (Kumi-Yeboah & Blankson, 2014).

Media sosial memberi kesempatan kepada kaum muda untuk berdiskusi politik melalui berbagai grup, halaman, dan akun online. Bimber dan Copeland (2011) menekankan peran media sosial untuk menyediakan *platform* bagi partisipasi politik dan mengubah efektivitas politik mereka. Penggunaan internet telah menjadi sumber utama keberhasilan politik dan partisipasi politik, meningkatkan kesadaran tentang pemungutan suara dan kampanye. Media baru juga meningkatkan rasio partisipasi pemilih di antara pengguna. Ini mengembangkan pendekatan yang membantu dalam pemungutan suara dan kampanye sumbangan untuk politik. Kemanjuran pengguna membantu mereka memahami urusan politik dengan cara yang lebih baik melalui perolehan informasi politik dari media baru (Alfani, 2018).

Douglas Hagar dalam Berliani Ardha (2014), menuturkan media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial semacam Facebook, Youtube, dan Twitter. Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah dari kandidat ke calon pemilih. Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa

menjadi multiarah, seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat, atau antarpemilih (Alfani, 2018).

Fokus dalam penelitian ini adalah platform media sosial Facebook, karena telah menjadi salah satu platform terpenting bagi pengguna *online* untuk mendiskusikan politik dan menambah pengetahuan politik, serta berpartisipasi dalam politik secara *offline* secara nyata. Para peneliti politik telah melebarkan beberapa ukuran atau skala untuk meninjau pengaruh Facebook terhadap kampanye dan pesan politik. Karena sifat substansial sebagai medium komunikasi, sukar untuk memberikan penilaian pengaruh media sosial terhadap pengguna.

Pengetahuan politik dan partisipasi politik di Facebook kuat selama pemilu. Gerodimos & Justinussen (2015) menemukan, kampanye Obama tahun 2012 menggunakan Facebook sebagai alat promosi. Kampanye *online* ini menyoroti kepribadian kampanye Obama sebagai strategi memotivasi pengikut untuk memilihnya. Stumpel (2010) memberikan informasi tentang politik media sosial yaitu Facebook, dan menyatakan bahwa upaya diskursif yang bertentangan dengan pelaksanaan *protochological* dapat dijadikan unsur penting dalam politik yang mengatur kegiatan pengguna di jaringan sosial (Ahmad et al., 2019).

Abdulrauf (2016) yang meneliti keterlibatan kognitif dan partisipasi politik *online* di Facebook dan Twitter di kalangan pemuda di Nigeria dan Malaysia, menyimpulkan pengetahuan dan kebutuhan politik meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan politik pemuda. Abdu mengukur peran Facebook dan penggunaannya, interaktivitas, kualitas informasi, dan kepentingan politik di kalangan anak muda. Studi menyimpulkan: "Penggunaan Facebook, dan kepentingan politik berkorelasi positif dengan partisipasi politik online" (Ahmad et al., 2019).

Pengetahuan Politik

Pengetahuan politik (*political*

knowledge) merupakan variabel komunikasi politik yang terkait dengan pengetahuan tentang demokrasi, pemimpin politik dan situasi politik saat ini. Menurut Nie, N., Junn, J., dan Stehlik-Barry, K dalam Luh et al., (2017), pengetahuan politik dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu pengetahuan tentang prinsip demokrasi, pengetahuan tentang pemimpin dan pengetahuan tentang fakta politik. Pengetahuan tentang prinsip demokrasi dimensi pengetahuan merupakan dimensi pengetahuan politik yang ingin melihat kemampuan masyarakat dalam memahami prinsip dasar pemerintahan yang menganut paham demokrasi. Dimensi pengetahuan tentang pemimpin ingin melihat kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi pejabat terpilih, dan pemimpin terpilih sehingga masyarakat mengetahui siapa yang harus diawasi dan siapa yang harus digugat. Dimensi yang terakhir adalah pengetahuan tentang fakta politik. Dimensi pengetahuan ini ingin melihat kemampuan masyarakat dalam memahami situasi dan fakta politik saat ini (Luh et al., 2017).

Partisipasi Politik

Partisipasi politik menurut Ohme (2018), disusun berdasarkan jarak antara proses individu dan politik (Malto-Tame, Ana-Laura, 2021). Terkait dengan bentuk-bentuk atau tipologi partisipasi politik, Verba dan Nie (1978) menggunakan empat dimensi partisipasi politik yakni: (1) *Voting*, yaitu keinginan memberikan suara pada Pemilu 2014 yang diukur dengan menggunakan skala peringkat sederhana; (2) *Campaign activity* yaitu kegiatan yang bersifat politik seperti membicarakan isu politik, mempromosikan kandidat/Parpol, membantu kampanye Parpol, memberikan sumbangan ke Parpol, bekerja untuk Parpol, dan menjadi anggota Parpol; (3) *Contacting* yaitu menghubungi pemimpin politik atau menghubungi pejabat public; (4) *Cooperative*, yang mencakup kegiatan-kegiatan seperti menjadi Organisasi kemasyarakatan (ormas), relawan dan

menjadi anggota kelompok sosial (Morissan, 2016).

Beberapa ahli berpendapat dua konsep-pengetahuan politik dan partisipasi politik-merupakan bagian dari konstruksi yang sama, meskipun masing-masing dimensi dianggap sebagai hasil terukur yang terpisah (Dimitrova et al., 2014).

Berdasarkan literatur yang disajikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 = Media sosial secara parsial berpengaruh terhadap partisipasi mahasiswa GMNI dalam pemilukada di Kabupaten Muratara;
- H2 = Media sosial secara parsial berpengaruh terhadap partisipasi mahasiswa GMNI dalam pemilukada di Kabupaten Muratara;
- H3 = Media sosial dan pengetahuan politik secara bersama-sama berpengaruh terhadap partisipasi mahasiswa GMNI dalam pemilukada di Kabupaten Muratara.

Metode Penelitian

Paradigma penelitian ini adalah positivisme yang dikemukakan oleh filsuf Perancis, Auguste Comte. Positivisme mengajarkan bahwa kebenaran ialah logis, ada bukti empirisnya yang terukur (Ahmad Tafsir 2010). segala sesuatu harus nampak dan wujud serta dapat terukur, jika sesuatu masih abstrak maka itu bukan ajaran dari positivisme, semua hal yang ada di dunia ini harus real, nyata ada wujudnya bukan hanya angan-angan semata atau metafisis (Arifin, 2020).

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian eksplanatif yaitu pengaruh media sosial sebagai variabel X_1 dan pengetahuan politik sebagai variabel X_2 terhadap partisipasi pemuda sebagai variabel Y pada pemilukada di Kabupaten Muratara.

Studi hasil (Lundgren et al., 2020) mendefinisikan metode kuantitatif jenis

eksplanatif dengan paradigma positivisme sebagai pendekatan yang menerapkan pemikiran ilmiah secara universal, sebagai pengetahuan dasar mengenai sebab akibat yang akan terjadi dari topik sebuah penelitian dengan tahapan olah data secara statistika dalam menghasilkan *output* analisis antar variabel terbentuk.

Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas GMNI yang berjumlah 100 orang Mahasiswa dalam kegiatan politik pemilukada pasangan calon nomor satu yaitu Devi Suhartoni dan Innayatullah yang didukung oleh PDIP, Nasdem dan Hanura. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti mengutip pendapat Subiakto (2012): dalam menentukan ukuran sampel, tidak ada ukuran pasti. Jika populasi cukup banyak, untuk mempermudah dapat diambil 50%, 25% atau minimal 10%, sehingga mengambil 25% dari total populasi dianggap representative (Darmawan & Ruliana, 2020). Jadi jumlah responden dalam penelitian adalah 75 orang anggota komunitas GMNI di Kabupaten Muratara dengan menggunakan teknik *random sampling* yang dilakukan secara acak dan responden diberi kesempatan yang sama.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan formulir Google form secara terstruktur, kemudian melakukan wawancara, dan observasi, dokumentasi dan kajian pustaka untuk memperoleh informasi dan data yang relevan. Data dikumpulkan di Microsoft Excel, dan dianalisis menggunakan SPSS v.25 dengan menggunakan statistik deskriptif dimana hasilnya diolah, dan didistribusikan menggunakan tabel distribusi frekuensi mengenai pengaruh media sosial (X_1) dan pengetahuan politik (X_2) terhadap partisipasi politik (Y) pada pemilukada di Kabupaten Muratara.

Uji Konfirmasi Data diperlukan untuk mengetahui keabsahan serta tingkat konsisten dari perolehan hasil kuesioner yang terbentuk dengan *output* pengolahan data dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Sujarweni, 2014). Analisis

data yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan mendistribusikan data kedalam bentuk tabel tunggal, yang kemudian dianalisis dan ditarik sebuah kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan rumus regresi linier berganda diperoleh hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu pengaruh media sosial dan pengetahuan politik terhadap partisipasi GMNI pada Pelikada di Kabupaten Muratara menunjukkan bahwa nilai R (korelasi) antara variabel Media sosial Facebook, pengetahuan dan variabel Partisipasi politik sebesar 0,884.

Bila mengacu pada tabel interval koefisien korelasi, maka nilai ini masuk dalam kategori sangat kuat. Dengan kata lain terbukti bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel media sosial Facebook dan pengetahuan dengan variabel partisipasi politik. Kemudian, nilai R^2 (koefisien determinasi) antara variabel media sosial Facebook dan pengetahuan terhadap variabel partisipasi politik adalah sebesar 0,781, maka nilai ini masuk dalam kisaran $0,60 \leq - \leq 0,80$ yang berarti kuat, mengartikan bahwa sebesar 78,1% variabel media sosial Facebook dan pengetahuan mampu menjelaskan keragaman (*variance*) dari variabel Partisipasi politik. Sementara itu, sisanya 21,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. seperti tampak dalam tabel di bawah ini.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan, Media sosial Facebook ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Partisipasi politik

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.781	.775	3.25938

- a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Media sosial Facebook

Dengan kata lain, variabel media sosial Facebook terhadap pengetahuan memiliki pengaruh yang kuat terhadap partisipasi politik mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI dalam memilih calon Bupati dan Wakil Bupati Muratara. Tingginya persentase media sosial Facebook terhadap pengetahuan politik mahasiswa anggota GMNI menunjukkan bahwa platform media Facebook Sementara sisanya 21,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut di antaranya banyak mahasiswa sebelum mendukung atau berpartisipasi terhadap paslon satu bupati dan wakil bupati ingin mengetahui bagaimana visi dan misi yang dapat direalisasikan untuk kepentingan masyarakat pemilih. Jadi faktor *word of mouth* menjadi temuan dalam penelitian ini, karena mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI merasa tertarik atas visi dan misi paslon, salah satunya adalah mengembangkan pendidikan dan mendirikan perguruan tinggi atau universitas untuk mengedepankan masyarakat yang cerdas, dan berpendidikan, karena di Kabupaten Muratara tingkat sumber daya manusianya masih rendah.

Di samping itu, figur calon bupati berasal dari PDI Perjuangan, dan wakil bupati dari Partai Nasdem serta Partai Hanura sebagai partai yang mendukung paslon nomor satu. Profil paslon terlihat dalam Facebook (Gambar 1).



Gambar 1. Kampanye Pemilukada
Sumber: Facebook

Gambar 1 memperlihatkan popularitas dan elektabilitas paslon nomor satu lebih tinggi dibandingkan dengan paslon lainnya yang di muat dalam laman Facebook paslon nomor satu. Ketenaran atau popularitas cenderung berkaitan dengan individu yang diketahui oleh khalayak, baik secara positif, ataupun negatif, juga kadang-kadang dimaknai sebagai individu yang mempunyai kemampuan dana secara individual. Figur paslon nomor satu memiliki dukungan yang banyak dari kalangan mahasiswa yang menjadi anggota GMNI. Untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dilakukan melalui uji ANOVA berikut ini.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2723.023	2	1361.512	128.160	.000 ^b
	Residual	764.897	72	10.624		
	Total	3487.920	74			

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Media sosial Facebook

b. Dependent Variable: Partisipasi politik

Uji ANOVA menghasilkan angka F sebesar 128.160 dengan tingkat signifikansi (angka probabilitas) sebesar 0,000. Karena angka probabilitas $0,000 < 0,05$, maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi partisipasi politik mahasiswa anggota GMNI. Dengan kata lain, media sosial dan pengetahuan politik secara bersama-sama mempengaruhi partisipasi politik mahasiswa GMNI dalam pemilukada di Kabupaten Muratara. Dengan demikian $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok data responden. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan dari segi usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan responden, serta wilayah geografis di Kabupaten Muratara, sehingga mereka memberikan jawaban yang variatif namun tetap konsisten sesuai dengan keberadaan demografis, dan geografis mereka.

Temuan penelitian (Yandri, 2017) menjelaskan bahwa suara pemilih dan partisipasi politik memiliki keterkaitan

dengan wilayah geografi. Dengan kata lain, sebaran data yang bersifat heterogen ini sangat baik dan bisa merepresentasikan populasi suatu penelitian yang dalam hal ini adalah mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.936	2.209		-4.045	.000
	Media sosial Facebook	.417	.092	.344	4.556	.000
	Pengetahuan	.640	.079	.612	8.107	.000

a. Dependent Variable: Partisipasi politik

Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, maka dilihat melalui tabel Coefficient. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

H_{01} = Media sosial Facebook (X_1), secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik;

H_{a1} = Media sosial Facebook (X_1), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik;

H_{02} = Pengetahuan (X_2), secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik;

H_{a2} = Pengetahuan (X_2), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik.

Kriteria pengujian

Jika $Sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika $Sig. > 0,05$, maka H_0 diterima

Hasil dan keputusan

Dari tabel *coefficient* tersebut, terlihat bahwa nilai *Sig.* dari masing-masing variabel (Media sosial Facebook dan pengetahuan) adalah sebagai berikut:

Nilai *Sig.* media sosial Facebook (X_1) = 0,000 (*Sig.* < 0,05). Oleh karena *Sig.* < 0,05, maka *H₀* ditolak dan *H_a* diterima. Artinya, media sosial Facebook (X_1), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik

Nilai *Sig.* Pengetahuan (X_2) = 0,000 (*Sig.* < 0,05). Oleh karena *Sig.* < 0,05, maka *H₀* ditolak dan *H_a* diterima. Artinya, pengetahuan (X_2), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik.

Dengan kata lain, nilai *Sig.* dari masing-masing variabel tersebut mengartikan bahwa media sosial Facebook dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan untuk menumbuhkan partisipasi politik para pemuda komunitas HMI dalam memilih calon bupati dan wakil bupati Muratara.

Setelah dilakukan analisis regresi berganda dan ditemukan hasil dari dua variabel terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik, maka pembahasan selanjutnya melibatkan ke dua variabel tersebut yakni: media sosial Facebook (X_1) Pengetahuan (X_2).

Kolom *unstandardized coefficients*

Constant (konstanta) = -8,936

Media sosial Facebook = 0,417

Dari sini didapat persamaan regresi:

$Y = -8,936 + 0,417 X_1$ dengan:

$Y =$ Partisipasi politik

$X_1 =$ Media sosial Facebook

Konstanta sebesar -8,936; artinya jika media sosial Facebook (X_1) nilainya adalah 0, maka partisipasi politik nilainya adalah sebesar 0, 417. Koefisien regresi variabel Media sosial Facebook (X_1) sebesar 0,417; artinya, jika variabel media sosial Facebook mengalami kenaikan skor 1 poin, maka partisipasi politik akan mengalami peningkatan sebesar 0,417. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara media sosial Facebook dengan partisipasi politik. Artinya jika Media sosial Facebook meningkat maka

partisipasi politikpun akan meningkat.

Kolom *unstandardized coefficients*

Constant (konstanta) = -8,936

Pengetahuan = 0,640

Dari sini didapat persamaan regresi:

$Y = -8,936 + 0,640 X_2$, dengan:

$Y =$ Partisipasi politik

$X_2 =$ Pengetahuan Politik

Konstanta sebesar -8,936; artinya jika pengetahuan (X_2) nilainya adalah 0, maka partisipasi politik nilainya adalah sebesar 0,640. Koefisien regresi variabel Pengetahuan politik (X_2) sebesar 0,640; artinya, jika variabel pengetahuan politik mengalami kenaikan skor 1 poin, maka partisipasi politik akan mengalami peningkatan sebesar 0,640. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dengan partisipasi politik. Artinya jika pengetahuan meningkat maka partisipasi politikpun akan meningkat.

Bila dilihat pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai beta dari variabel media sosial Facebook (X_1) sebesar 0,344 dan nilai beta dari variabel pengetahuan (X_2) tersebut adalah: 0,612. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan politik (X_2) memiliki nilai beta yang lebih tinggi dibanding media sosial Facebook (X_1). Hal ini menandakan bahwa dari kedua variabel (Media sosial Facebook dan Pengetahuan), maka variabel yang paling berpengaruh untuk menumbuhkan partisipasi politik mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI dalam memilih calon Bupati dan Wakil Bupati Muratara adalah pengetahuan politik yang terdiri dari pengetahuan tentang prinsip demokrasi, pengetahuan tentang pemimpin dan pengetahuan tentang fakta politik. Jadi teori pengetahuan politik dari Nie, N., Junn, J., dan Stehlik-Barry, K (1996) dalam (Luh et al., 2017) yang digunakan dalam penelitian dapat mendukung penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan

studi yang dilakukan oleh Delli Carpini dan Keeter (1996) menunjukkan bahwa individu yang berpengetahuan lebih cenderung lebih sering berpartisipasi dalam politik, untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang pilihan kebijakan yang ditawarkan (McAllister, 2016). Partisipasi politik adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk atau memiliki konsekuensi mempengaruhi, baik langsung atau tidak langsung, tindakan pemerintah” (Dimitrova et al., 2014).

Partisipasi mahasiswa yang tergabung dalam kelompok GMNI terlihat ketika mereka terlibat dalam kegiatan: *Voting*, yaitu memberikan suara pada Pemilu 2014 di Kabupaten Muratara untuk memilih paslon nomor 1. Kemudian terlibat kegiatan kampanye dengan mempromosikan kandidat parpol, membantu kampanye pemilihan calon bupati dan wakil bupati, dan melakukan kontak (*Contacting*) yaitu menghubungi pemimpin politik atau menghubungi pejabat publik, serta *Cooperative*, menjadi organisasi kemasyarakatan, relawan, dan anggota kelompok sosial seperti GMNI.

Di samping itu, beberapa ahli berpendapat, dua konsep-pengetahuan politik dan partisipasi politik-merupakan bagian dari konstruksi yang sama (Zaller, 1990) meskipun masing-masing dimensi dianggap sebagai hasil terukur yang terpisah (Scheufele, 2002). Studi ini memperlakukan sebagai variabel dependen yang terpisah dan menggunakan definisi partisipasi politik yang disarankan oleh Verba, Schlozman, Brady, dan Nie (1995) dalam (Boudreau & Lupia, 2011).

Kesimpulan

Temua penelitian ini adalah media sosial berpengaruh cukup positif terhadap partisipasi politik mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI di Kabupaten Muratara. Sementara itu, pengetahuan politik juga berpengaruh positif terhadap partisipasi mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI.

Hasil penelitian lainnya adalah media sosial dan pengetahuan politik secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap mahasiswa yang tergabung dalam komunitas GMNI di Kabupaten Muratara selama proses pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Musirawas Utara, Propinsi Sumatra Selatan.

Daftar Pustaka

- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan. *SAGE Open*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>
- Alfani, H. (2018). Peran Facebook Dalam Kampanye Politik Pemilihan Di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(1), 42–50. <https://doi.org/10.31334/jl.v2i1.122>
- Arifin, L. M. S. (2020). Filsafat Positivisme Aguste Comte dan Relevansinya Dengan Ilmu-ilmu Keislaman. *Interaktif: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(2), 55–72.
- Boudreau, C., & Lupia, A. (2011). Political Knowledge Cheryl Boudreau Department of Political Science University of California, Davis. *The Cambridge Handbook of Experimental Political Science James N. Druckman, Donald P. Green, James H. Kuklinski, and Arthur Lupia (Eds.) Cambridge University Press, 2011 Word*, 0–28.
- Chan, Michael, Guo, J. (2013). The Role of Political Efficacy on the Relationship Between Facebook Use and Participatory Behaviors: A Comparative Study of Young American and Chinese Adults. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 16(6), 460–463.
- Darmawan, Astrid & Ruliana, P. (2020). Pengaruh Komunikasi Internal dan Gaya Kepemimpinan

- Transformasional terhadap Kinerja Dewan Pimpinan Pusat Partai XX. *Warta ISKI*, 3(01), 23–33.
- Dimitrova, D. V., Shehata, A., Strömbäck, J., & Nord, L. W. (2014). The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data. *Communication Research*, 41(1), 95–118.
- Fauzan, I., & Mubarak, H. (2022). Voter Behaviour and The Campaign Pattern of Candidates during Pandemics in Regional Head Election in Medan City, North Sumatra. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, 13(2), 305–320. <https://doi.org/10.14710/politika.13.2.2022.305-320>
- Gerodimos, R., & Justinussen, J. (2015). Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button. *Journal of Information Technology and Politics*, 12(2), 113–132. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>
- Kumi-Yeboah, A., & Blankson, H. (2014). Social media and use of technology in higher education. *Handbook of Research on Education and Technology in a Changing Society, January 2014*, 217–234.
- Luh, N., Yuni, P., Made, N., Amanda, R., Agung, I. G., & Suryawati, A. (2017). Hubungan Kampanye Politik Mas-Dipa dengan Pengetahuan Politik Pemilih Pemula Desa Rendang dalam Pilkada Karangasem 2015. *Medium*, 1(1), 2–77.
- Lundgren, S., Elebro, J., Heby, M., Nodin, B., Leandersson, K., Micke, P., Jirstrom, K., & Mezheyeuski, A. (2020). Quantitative, qualitative and spatial analysis of lymphocyte infiltration in periampullary and pancreatic adenocarcinoma. *International Journal of Cancer*, 146(12), 3461–3473. <https://doi.org/10.1002/ijc.32945>
- Maltos-Tame, Ana-Laura, F.-J. M.-G.-M. M.-V. (2021). Digital media and university political practices in the public sphere Medios digitales y prácticas políticas universitarias. *Media Education Research Journal*, 29, 43–52. <https://doi.org/DOI> <https://doi.org/10.3916/C69-2021-04>
- McAllister, I. (2016). Internet use, political knowledge and youth electoral participation in Australia. *Journal of Youth Studies*, 19(9), 1220–1236.
- Morissan. (2016). Morissan: Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda Pengguna Media Sosial. *Visi Komunikasi*, 15(01), 96–113.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka baru Press.
- Yandri, P. (2017). The Political Geography of Voters and Political Participation : Evidence from Local Election in Suburban Indonesia. *Indonesian Journal of Geography*, 49(1).
- Stumpel, M. (2010). The politics of social media Facebook: Control and resistance (Master's thesis). University of Amsterdam, The Netherlands.