

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia menjadi negara yang menganut sistem demokrasi yang menjunjung tinggi nilai Hak Asasi Manusia. Kedaulatan negara berada ditangan rakyat dan pemilihan langsung melibatkan seluruh masyarakat di sebuah negara. Menurut UU No. 7 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan pemilihan umum secara langsung yaitu umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam penyelenggaraan pemilihan umum yang berintegritas, profesionalitas dan akuntabilitas.

Demokrasi memberikan kebebasan bagi setiap individu untuk menyampaikan hak-hak politiknya melalui pemilihan umum guna memilih presiden, gubernur, kepala daerah, serta memilih anggota parlemen. Komunikasi hadir untuk memfasilitasi setiap kandidat yang mencalonkan dirinya agar bisa menyampaikan visi-misinya dan program-program yang mereka buat, baik menggunakan media massa seperti, surat kabar, radio, televisi, atau pun menggunakan media sosial menggunakan internet (Cangara, 2018: 16).

Pemilihan umum diakui secara global, sebagai sebuah arena untuk membentuk demokrasi perwakilan serta menggelar pergantian pemerintahan secara berkala. Hingga saat ini pemilu masih dianggap memiliki peran penting, disebabkan oleh realitas yang tak bisa dipungkiri bahwa belum ada mekanisme pengganti pemilu dalam sirkulasi elite dan agar rakyat tetap berkuasa atas dirinya (Efriza & Indrawan, 2019). Dengan begitu pemilu juga tidak bisa dilepaskan dari sistem politik yang diterapkan disebuah negara.

Pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi khususnya pada media massa ataupun media sosial sudah meluas pada kehidupan manusia (Anshari, 2013). Saat ini, media merupakan satu-satunya faktor penting dalam kehidupan manusia, dan hampir disetiap kehidupan, baik yang bersifat pribadi maupun

kelompok, masyarakat membutuhkan media informasi. Dalam perkembangan sosial budaya tidak lepas dari peningkatan dari teknologi informasi yang melekat pada media, baik media massa maupun media sosial yang masuk ke dalam bagian dari budaya manusia sebagai makhluk sosial. Setiap individu membutuhkan media. Bahkan, anak kecil mungkin sudah menggunakan media sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan. Media saat ini menjadi sumber informasi yang terpercaya. Setiap orang, masyarakat, organisasi membutuhkan informasi yang tersedia di media massa maupun media sosial (Watie, 2011).

Media adalah bagian dari komunikasi politik dan komunikasi massa. Surat kabar, televisi, dan internet merupakan bentuk utama media massa (Mawardin, 2018:47). Selama ini institusi media berfungsi sebagai lembaga yang menyebarkan informasi, dan munculnya internet dan media sosial telah memberikan kesempatan kepada setia orang untuk berpartisipasi dalam menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Media sosial ialah jenis media yang pemanfaatannya sangat fungsional dan fenomenal di dalam komunikasi politik yang mampu mempropaganda opini dan menggiring paradigma masyarakat. Media sosial merupakan media online yang mudah diakses dan dimanfaatkan sebagai peningkatan partisipasi yang berkelanjutan sebagai basis informasi faktual dan kredibel dimana pun dan kapan pun mudah diakses sesuai kebutuhan. Penggunaan media ini sangat diminati dan menjadikannya sangat dikenal. Pengguna media sosial bersifat sangat terbuka dan tidak dibatasi oleh umur dan jenis kelamin (Wahid, 2018).

Platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* memainkan peran yang sangat signifikan sebagai alat bagi politisi untuk mempromosikan diri kepada publik. Televisi dan media cetak tidak bisa diabaikan, namun saat ini sudah memasuki era demokrasi digital. Di mana setiap kampanye kandidat membuat blog dan situs web yang berisi informasi tentang mereka, visi-misi, dan kebijakan mereka dalam upaya untuk menarik perhatian sebagian besar penduduk.

Media sosial memiliki kekuatan untuk menghipnotis masyarakat umum, baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa menjadi bagian dari media sosial. Fenomena di atas merupakan salah satu penetrasi internet di Indonesia. Selain menjadi sarana sosialisasi dan menciptakan hubungan pribadi, media sosial telah berkembang menjadi salah satu bentuk periklanan yang sangat ampuh (Wahid, 2018).

Jika kita memahami hubungan antara media sosial dan politik, maka akan terlihat jelas adanya masalah dan bahwa adanya hubungan yang erat antara keduanya yang akan berujung pada perselisihan (Anshari, 2013). Jika kita fokus pada media sosial maka kita berbicara tentang isu-isu politik yang akan terus dan selalu ramai di perbincangkan. Sama halnya dalam pemilihan walikota Bandung 2018 sosial media memainkan peran yang membuat pesta demokrasi menjadi menarik.

Proses dinamika pertukaran informasi dan komunikasi di media sosial akan sangat cepat merambat dalam hitungan detik yang memang berimplikasi pada propaganda opini yang digunakan sebagai isu yang terus dibicarakan. Media sosial adalah media yang mempunyai berita terkini, perputaran arus informasi yang akurat dan faktual, dan mampu memberikan paradigma akibat menyebarkan berita maupun kasus yang disorot kamera begitu cepat (Laskmitha, 2019)

Di Indonesia, media sosial pertama kali mulai berperan dalam dunia politik pada pemilu tahun 2004, namun saat itu media sosial belum terlalu terkenal dan jarang digunakan oleh masyarakat. Pada saat ini, media masih menjadi tolak ukur untuk pertukaran informasi yang sering digunakan oleh masyarakat daripada dengan media sosial pada saat itu. Pada tahun 2009 media sosial yang pertama kali digunakan dalam pemilu adalah *facebook*, yang popularitasnya sedikit demi sedikit meningkat (Ardha, 2014). Dalam pemilu 2009, facebook menjadi media sosial yang memiliki daya tarik dalam peningkatan kampanye melalui media sosial dan sangat relevan untuk meningkatkan partisipan.

Penyusunan strategi pemasaran pilkada dapat membantu calon kepala daerah dan masyarakat umum dalam suksesnya pelaksanaan pilkada. Media sosial dapat dijadikan penghubung dalam gerakan mendapatkan dukungan (Heryanto, 2009). Melalui politik marketing kandidat kepala daerah berupaya menyakinkan pemilih bahwa setiap calon memenuhi syarat-syarat untuk dipilih. Calon Kepala Daerah dan tim kampanye akan menyarankan para pemilih dengan memberikan sumbangsih persuasif tentang produk politik yang sesuai kebutuhan masyarakat. Biasanya produk politik ini akan berkontribusi dalam bentuk profil para kandidat calon, visi maupun misi, historis dari kandidat, ideologi, basis ekonomi yang dimiliki, dan kontribusi bagi lingkungan sekitar sebelum mencalonkan diri yang dibranding sedemikian rupa sesuai kebutuhan menggaet opini publik dan meningkatkan

KPU Kota Bandung memiliki fungsi sebagai organisasi yang bergerak untuk berkoordinasi dan memberikan pengawasan dalam persiapan, perencanaan, pelaksanaan pilkada. Dalam sosialisasi KPU menggunakan media secara efektif. Menurut Hamdan Kurniawan banyak faktor yang harus diperhitungkan untuk mencapai partisipasi yang tinggi, bukan hanya KPU sebagai badan penyelenggara, tetapi instrument lain perlu memberikan dukungan seperti pemilih, pemerintah yang mensosialisasikan peraturan tentang pilkada (Setiawan & Fakhrudin, 2022).

Partisipasi politik kaum muda dizaman sekarang tidak bisa lepas dari pengaruh media sosial yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial dapat menjadi sumber yang berguna untuk melihat dan mengenal calon kandidat, serta membaca janji-janji politik yang dikampanyekan oleh para pasangan calon kandidat dan partai politik yang menaunginya melalui media sosial. Dengan media sosial membantu para kaum muda untuk menggunakan hak pilihnya untuk memilih. Setiap pemilu dilaksanakan, baik pemilihan presiden, gubernur, dan pemilihan kepala daerah tidak terlepas dari peran kalangan muda yang ikut serta dalam berpartisipasi memberikan hak suaranya.

Pemilih pemula, generasi milenial tidak akan pernah lepas dari sasaran para politisi yang paham akan trend zaman. Kreatifitas partai politik harus diperbaharui

sesuai dengan perkembangan zaman. Para netizen milenial akan mewarnai demokrasi, dan ikut menentukan masa depan bangsa Indonesia. Maka dengan demikian politisi yang kreatif harus menangkap tren tersebut (Mawardin, 2018).

Partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan walikota langsung memang erat kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Banyak yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan hak pilihnya. Bisa dilihat dari sisi visi misi kandidatnya yang bagus tapi tidak akan terjamin setelah kandidat terpilih. Pemilih pemula akan memilih kandidat yang sesuai dengan kriterianya. Perilaku pemilih yang rasional akan menentukan pilihannya berdasarkan isu politik yang diajukan dan kebijakan yang dinilai menguntungkan bagi yang ia dapatkan apabila kandidat pilihannya terpilih. Pemilih yang memiliki akal sehat tidak hanya pasif dalam berpartisipasi tetapi aktif dan mempunyai kebebasan untuk menggunakan hak suaranya.

KPU Kota Bandung menggunakan *instagram* untuk memberikan informasi terkait dengan pemilihan walikota bandung. KPU melakukan sosialisasi kepada para pemilih khususnya pemilih pemula. Dengan diadakannya sosialisasi ini KPU mengharapkan antusias para pemilih untuk memilih calon dan menggunakan hak suaranya tanpa adanya golput. Selain itu KPU juga memberikan informasi tentang siapa saja calon yang mendaftarkan sebagai pasangan calon walikota dan wakil walikota Bandung periode 2018-2023.

Pasangan Nurul Arifin dan Chairul Yaqin Hidayat menggunakan slogan Bandung Geulis Harmonis. Konten yang diunggah dalam postingannya di Instagram berupa video dan foto tentang kegiatannya, selain berisikan visi misinya. Pasangan ini juga berdiskusi dengan himpunan mahasiswa Bandung, mendatangi ibu yang digugat oleh anaknya dan kata-kata bertemakan politik. Pasangan ini juga mengunjungi para pedagang di pasar tradisional dan juga mengadakan pesta rakyat.

Pasangan Yossi Irianto dan Aries Supriatna menggunakan slogan Bandung Hebring Hebat&Ringkas. Konten yang beliau bagikan di platform Instagram milik

Yossi Irianto ini berisikan tentang membentuk citra politik dengan cara mendekatkan diri kepada masyarakat melalui personal branding.

Sedangkan pasangan Oded M Danial dan Yana Mulyana menggunakan slogan Lanjutkan Bandung Juara dan Hangat Bersahabat sebagai kontennya. Semua kegiatan yang dilakukan saat pasangan ini saat berkampanye dibagikan melalui Instagram, konten yang diunggah memiliki kualitas editorial plan yang baik dan penggunaan caption yang menarik perhatian.

Dari ketiga pasangan di atas, konten yang paling menarik perhatian adalah konten yang dibuat oleh pasangan Mang Oded dan Kang Yana. Pasangan ini memang menjadikan media sosial Instagram untuk berkampanye, dengan target sasaran adalah kalangan milenial yang mana mereka sering menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Kecamatan Arcamanik merupakan bagian dari wilayah Kota Bandung, Jawa Barat. Memiliki luas wilayah 640,571 hektar terdiri dari empat kelurahan, dengan jumlah 54 Rukun Warga (RW), yang terbagi menjadi 289 Rukun Tetangga (RT), dan berpenduduk padat. Kecamatan Arcamanik memiliki jumlah penduduk sebanyak 71.619 jiwa, yang terdiri dari 36.309 jiwa laki-laki dan 35.310 jiwa perempuan. Jumlah kepala keluarga (KK) di Kecamatan. Arcamanik. saat ini mencapai sekitar 20.632 KK. Berdasarkan data kependudukan dari Kelurahan pada tahun 2021 yang dilihat dari segi kepadatan penduduk sebesar 112 jiwa per hektar dan dilihat dari pertumbuhan penduduk, intensitas populasinya akan terus bertambah dari waktu ke waktu (Profil dan Tipologi Kecamatan Arcamanik Kota Bandung Tahun 2021).

Kecamatan Arcamanik merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. Kecamatan ini memiliki jumlah pemilih pemula yang cukup banyak yakni ada 7.452 orang dengan rentang usia 17-23 tahun. Dalam kegiatan pilkada tahun 2018 terdapat peningkatan dalam angka partisipasi. KPU Kota Bandung mencatat angka partisipasi pemilih di Kota Bandung dalam Pilkada serentak 2018 mencapai 78% ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan

(Yolanda, 2018). Peningkatan partisipasi ini lebih dari 10%, pada tahun 2013 hasil dari partisipasi pemilih di Kota Bandung hanya 60,47% sedangkan target KPU Kota Bandung hanya 70%.

Pemilih di kecamatan Arcamanik bertambah setiap tahunnya dan mereka adalah para pemilih pemula. Pada pemilihan walikota Bandung tahun 2008 pemilih di Kecamatan Arcamanik hanya 26.526 suara, saat itu media sosial sudah ada tapi hanya sebagian orang yang tahu dan memiliki jaringan internet. Pada pemilihan tahun 2013 pemilih yang menyuarakan suaranya hanya 27.117 suara, pada tahun itu media sosial sudah ada tetapi masyarakat masih belum banyak yang menggunakannya, mereka masih mencari informasi tentang calon kandidat melalui media massa dan media elektronik. Pada tahun 2018 ada peningkatan yang cukup signifikan dengan jumlah pemilih 39.751 suara, berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya dimana media sosial belum terkenal. Pada tahun 2018 media sosial sudah merambah luas ke semua kalangan masyarakat baik anak muda maupun orang tua. Dan saat itu para calon kandidat menggunakan media sosial untuk menarik perhatian masyarakat khususnya pemilih pemula dimana mereka adalah generasi milenial yang sehari-harinya menggunakan media sosial untuk mencari informasi.

Pemilih yang terdaftar sebagai pemilih tetap sebanyak 50.321 jiwa terdiri dari laki-laki sebanyak 25.087 jiwa dan perempuan sebanyak 25.234 jiwa. Dan pemilih yang menggunakan hak suaranya sebanyak 39.751 jiwa. Jumlah pemilih pemula yang ada di Kecamatan Arcamanik berjumlah 7.452 orang dengan rentang usia 17-23 dan sebanyak 1.131 pemilih pemula tidak menggunakan hak pilihnya. Sebanyak 12% dari hasil perolehan suara berasal dari pemilih pemula yang menggunakan hak pilihnya saat pemilihan.

Dari hasil wawancara dengan Isma (10 Juni 2022) diketahui bahwa peningkatan partisipasi di Kecamatan Arcamanik khususnya dikalangan pemula, bisa disebabkan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat dikalangan anak muda, serta peran keluarga yang menasihati anak-anaknya untuk menggunakan hak pilihnya untuk memilih kandidat. Sebanyak 70% pemuda di

Kecamatan Arcamanik memiliki media sosial dan mereka sering menggunakannya. Sebagian besar dari mereka menggunakan Instagram, Facebook dan Twitter untuk mencari informasi tentang pilkada. Bahkan pemuda bernama Vita mengatakan bahwa Ia memilih calon karena caranya berkampanye dan menyampaikan visi misinya melalui media sosial itu sangat menarik (Vita, 13 juni 2022). Partisipasi pilkada tahun 2018 sangat tinggi melebihi target yang diharapkan KPU. Pemilih pemula menjadi generasi milenial yang setiap hari bahkan setiap saat menggunakan media sosial untuk mencari informasi.

Naiknya angka partisipasi di Kecamatan Arcamanik ini dipengaruhi dengan media sosial yang pada saat itu sedang berkembang pesat. Dan salah satu calon kandidat pandai menggunakan media sosial sebagai alat untuk menarik perhatian kaum muda untuk memilih pasangan calon tersebut. Peneliti sangat tertarik untuk meneliti di Kecamatan Arcamanik karena kenaikan jumlah pemilih yang sangat tinggi.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Kalangan Pemilih Pemula di Pilkada 2018” (Studi Kasus pada kelompok pemuda Kecamatan Arcamanik Kota Bandung)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Media sosial berperan mempengaruhi pemilih pemula dalam hasil pilwakot tahun 2018 di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung.
2. Respon pemuda di Kecamatan Arcamanik sangat baik saat mengetahui media sosial dijadikan sebagai sarana kampanye pilkada dan memudahkan pemuda untuk mencari informasi tentang pilkada.



### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Kecamatan Arcamanik, Kota Bandung pada Pilkada tahun 2018?
2. Bagaimana pemilih pemula di Arcamanik Kota Bandung menyikapi media sosial menjadi sarana untuk partisipasi politik Pilkada tahun 2018?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang dipaparkan di rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung pada pilkada tahun 2018
2. Untuk mengetahui sikap pemilih pemula di Kecamatan Arcamanik Kota Bandung terhadap media sosial sebagai sarana untuk partisipasi politik pada pilkada tahun 2018.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas penulis dapat memaparkan manfaat dalam penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan terhadap permasalahan yang diteliti yang berkaitan dengan peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula dalam kegiatan pilkada.

- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan manfaat media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik pada pilkada 2018 di Kecamatan Arcamanik.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pemuda bahwa media sosial memiliki peran untuk meningkatkan partisipasi politik pada pilkada 2018 di kecamatan Arcamanik khususnya bagi pemilih pemula.
- b. Penelitian ini memiliki manfaat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (Strata Satu) di bidang Ilmu Politik.

## 1.6 Kerangka Berpikir

Media sosial termasuk kategori media baru, menurut Berliani (2014:109) media sosial adalah jaringan informasi dan teknologi baru yang menggunakan gaya komunikasi tertentu menggunakan konten interaktif yang dihasilkan oleh pengguna, memungkinkan untuk mendapatkan sesuatu dan penegakan hubungan interpersonal. Ada lima fitur utama yang mudah diidentifikasi diantaranya: Jaringan sosial dan interaksi sosial; Partisipasi; Penggunaan berbagai jenis penyedia (misalnya mesin pencari, ruang blog, dll); Keterbukaan; Kolaborasi (antara pengguna dan kelompok pengguna) (Ardha, 2014).

Partisipasi politik adalah keterlibatan warga negara dalam pengambilan keputusan politik agar mempengaruhi kehidupan masyarakat sesuai dengan tingkat partisipasi politik masyarakat. Menurut Milbarth dan Goel partisipasi politik dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: Apatis, Spectator, Gladiator, dan Pengkritik (Surbakti, 2007).

Pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama kali memilih ketika umur mereka sudah genap berusia 17 tahun. pemilih tersebut bisa menggunakan hak pilihnya untuk memilih pasangan calon dan harus terdaftar sebagai pemilih. Pemilih pemula akan semakin bertambah disetiap tahunnya,

Seperti yang diketahui dalam penelitian harus ada kerangka pemikiran untuk berusaha mengkomparasikan antara teoritik dengan realitas yang ada, supaya potensi maupun permasalahan mampu direfleksikan secara komperatif dan mampu di aktualisasikan ke dalam penelitian yang komperatif. Berdasarkan rekleksi diatas penulis berusaha merefleksikan secara komperatif berkenaan dengan media sosial dan partisipasi politik. Dengan adanya teori tersebut maka diharapkan dapat menunjang penelitian yang akan dilaksanakan. Jika dibuatkan gambarnya maka kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Berpikir**

