

Pengetahuan Politik dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024

Nabila Rana Naifah¹⁾, Dinda Rakhma Fitriani²⁾

^{1,2)} Ilmu Komunikasi, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

Jalan Margonda Raya No.100 Pondok Cina Depok 16424

Email: nabilaranana@gmail.com

Abstract: *The aim of this research is to analyze the influence of political knowledge and the use of social media on the political participation of new voters ahead of the 2024 election. The method used is a quantitative method, data is collected by distributing research questionnaires to new voters (youth) and the data is processed using SPSS. The research results show that political knowledge and the use of social media have no effect on the political participation of new voters ahead of the 2024 election.*

Keywords: *elections, new voters, political knowledge, social media*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan politik dan manfaat media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada pemilih pemula (pemuda) dan data diolah menggunakan spss. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan politik dan manfaat media sosial tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik para pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024.*

Kata Kunci: *media sosial, pemilih pemula, pengetahuan politik, pemilu*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi saat ini yang semakin pesat, terutama di bidang teknologi berbasis internet menjadikan media komunikasi memiliki peran yang sangat penting. Saat ini media menjadi salah satu kebutuhan utama setiap orang. Dengan banyak ditemukannya perangkat-perangkat media berbasis internet, menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah untuk ditemukan dimanapun. Hanya dengan mengakses melalui internet berbagai hal seperti informasi, hiburan, pendidikan, politik, ekonomi dan lain-lain menjadi sangat mudah ditemukan. Semula komunikasi hanya sebatas proses interaksi personal secara *face to face*, kini berkembang secara *online* berbasis internet. Salah satu komunikasi berbasis internet yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas adalah media sosial.

Dalam bidang politik misalnya media sosial banyak digunakan oleh para kandidat yang akan maju menuju pemilihan legislatif di dalam kampanye pemilu untuk mensosialisaikan visi, misi, dan program kerja mereka.

Meskipun media sosial yang dijadikan sebagai strategi komunikasi politik bukan merupakan hal yang baru saat ini namun masih tetap menjadi fenomena hangat yang dibicarakan hingga kini. Seperti penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang paling marak ketika pemilihan presiden Republik Indonesia pada 2014 (Ratnamulyani dan Maksudi, 2018).

Media sosial banyak dimanfaatkan masyarakat tidak hanya sebagai tempat berkomunikasi, tetapi juga sebagai tempat mencari berbagai informasi dan membentuk

jaringan (Zempi, Kuswanti dan Maryam, 2023). Media sosial kini banyak digunakan dalam bidang politik yang mana dijadikan ajang untuk berkampanye sebagai alat menyampaikan visi misi dan rancangan program kerja para kandidat untuk menggaet masyarakat agar mau memilih mereka (Dwitama, Muhammad Irfan., Hakiki, Firza Alif., Sulastri, Endang., Usni dan Gunanto, Djoni:2022).

Pengetahuan politik merupakan suatu proses dialogik diantara pemberi dan penerima pesan. Melalui proses ini para anggota masyarakat mengenal dan mempelajari nilai-nilai, norma-norma, dan simbol-simbol politik negaranya dari berbagai pihak dalam sistem politik seperti pemerintah, dan partai politik. Pengetahuan politik mengajarkan masyarakat untuk lebih mengenal sistem politik negaranya.

Partisipasi politik dapat dimaknai sebagai kegiatan perseorangan, organisasi atau grup yang berkontribusi dalam dunia perpolitikan (Nur dan Sukma, 2018). Meningkatnya partisipasi politik dapat mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap dunia politik mengalami peningkatan.

Sitepu (dalam Nur dan Sukma, 2018) mengartikan partisipasi politik sebagai Aktifitas yang dilakukan secara individu maupun kelompok secara tidak langsung mengenai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Disisi lain partisipasi politik dapat dipahami sebagai sebuah aktifitas. Bentuk partisipasi politik masyarakat dalam pemilu yaitu pemberian suara, kampanye, dan berbicara masalah politik.

Masyarakat mengikuti dan memahami serta melibatkan diri dalam kegiatan kenegaraan dapat dilihat dari semakin tingginya tingkat partisipasi politik. Di sisi lain, rendahnya partisipasi politik secara umum mengindikasikan bahwa masyarakat kurang menghargai atau berkepentingan dengan masalah atau kegiatan negara. Rendahnya partisipasi politik masyarakat tercermin dari sikap golongan Putih dalam sebuah pemilihan umum. Oleh karena itu tingkat partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan umum juga sangat penting untuk dicermati, karena rendah atau tingginya partisipasi merupakan salah satu indikator untuk mengukur adanya politik praktis dan salah satu indikator penting dari proses demokrasi dan perwujudan kedaulatan rakyat (Iqbal, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan politik dan pemanfaatan media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada pemilu 2024.

II. METODE PENELITIAN

A. Media Baru (*New Media*)

Media sosial merupakan media baru (*New Media*) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak

individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana – mana (McQuail, 2011:43).

Poster dalam McQuail (2011:151) mengutarakan perbedaan media baru dengan media lama yaitu media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak.

Perubahan yang paling dapat dirasakan dengan munculnya media baru yakni:

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
2. Munculnya beragam bentuk baru ‘pintu’ (*gateway*) media.
3. Interaksi dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
4. Mobilitas dan deklokasi untuk mengirim dan menerima.
5. Pemisahan dan pengaburan dari ‘lembaga media’.
6. Adaptasi terhadap peranan publikasi khalayak.

B. Media Sosial

Kaplan, Andreas dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Sementara jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan

teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Menurut Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Boyd dalam Nasrullah (2015:11) mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan dari perangkat lunak yang memungkinkan setiap pengguna baik individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Berdasarkan definisi tersebut memperjelas bagaimana media sosial menjadi sebuah media yang dimanfaatkan untuk berbagi informasi dengan saling berkomunikasi yang mungkin saja bisa menciptakan sesuatu dari hasil kerja sama antar pengguna (Hidayah dan Esfandari, 2019).

C. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan para politisi untuk meraih suatu tujuan tertentu. Komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga ditujukan kepada para politisi dan pemilih kolomnis surat kabar, serta komunikasi tentang

aktor politik dan aktivitas mereka (Mc. Nair, 2016).

Komunikasi politik juga dapat dikatakan sebagai suatu proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan publik terkait dengan persoalan-persoalan politik (Nimmo, 2001).

Miriam Budiardjo dalam Sudianto (2006) memberikan pendapat lain tentang pengertian komunikasi politik, menurutnya komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Komunikasi yang berjalan baik menjadi prasyarat sosialisasi politik untuk dapat berjalan dengan baik pula sehingga budaya dapat dilangsungkan dengan baik.

1. Teori-Teori Komunikasi Politik

Arifin (2011), teori dasar aplikasi komunikasi politik adalah:

1. Teori Khalayak Kepala Batu.

Mengkaji mengenai faktor-faktor yang membuat individu dapat menerima pesan-pesan komunikasi. Salah satunya adalah lahirnya teori atau model guna dan kepuasan.

2. Teori Empati dan Teori Hemofili.

Merupakan penjabaran dari Paradigma interaksional, menurut Daniel learner empati adalah suatu kesanggupan seseorang melihat dirinya sendiri masuk ke dalam situasi orang lain dan kemudian melakukan suatu penyesuaian. homofili memiliki arti bahwa berkomunikasi dengan orang yang sama artinya derajat

orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal hemofili ini dapat digambarkan sebagai suasana atau kondisi kepribadian dan kondisi fisik antara dua orang yang berinteraksi ketika memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan partai, organisasi, agama, Suku bangsa, serta pakaian. Dari adanya empati dan hemofili ini akan menciptakan suatu bentuk keakraban dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional dalam hal ini Interaksi dapat terjadi antara dua subjek yang selevel dan sederajat.

3. Teori Informasi dan Teori Nonverbal.

Teori informasi dan teori nonverbal dikembangkan oleh B. Orbray Fisher, informasi menurutnya adalah sebagai suatu pengelompokan peristiwa-peristiwa dengan fungsi dan tujuan tertentu untuk menghilangkan suatu ketidakpastian.

2. Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.

Beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik untuk mencapai tujuannya antara lain:

1. Retorika (seni berbicara)

a. Retorika diberitif, dirancang untuk mempengaruhi khalayak dengan kebijakan politik. Di mana tujuannya adalah mengarah pada keuntungan ataupun kerugian jika kebijakan tersebut dilaksanakan.

b. Retorika forensik, retorika yang berkaitan dengan keputusan pengadilan.

- c. Retorika demonstratif, retorika yang disampaikan dengan mengembangkan suatu wacana sebagai penguji ataupun penghujat.
2. Agitasi Politik, dilakukan untuk membangkitkan rakyat dalam suatu pergerakan politik dengan menyampaikan secara lisan ataupun tulisan yang berguna untuk mempengaruhi serta membangkitkan emosi rakyat banyak.
3. Propaganda, memberikan sugesti pada khalayak ramai serta mampu menciptakan suasana yang membuat khalayak terpengaruh dengan apa yang disampaikan.
4. *Public Relation Politic* untuk menciptakan hubungan yang saling percaya dan harmonis, terbuka serta akomodatif antara politikus aktivis atau komunikator pada khalayak.
5. Kampanye Politik
6. Lobi Politik
7. Media Massa

3. Unsur Komunikasi Politik

Unsur-unsur komunikasi politik adalah:

1. Komunikator politik, seseorang yang memberi informasi mengenai hal-hal yang mengandung makna politik atau semua yang berkaitan dengan politik.
2. Pesan politik, suatu pernyataan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal yang isinya mengandung politik atau berkaitan dengan kehidupan politik.

3. Media politik, suatu alat yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan politiknya.
4. Sasaran politik, masyarakat, di mana diharapkan masyarakat tersebut dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara pada partai atau kandidat dalam pemilu.
5. Pengaruh Komunikasi politik, diharapkan dapat menciptakan pemahaman terhadap suatu pemerintahan serta partai-partai politik, di mana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilu.

4. Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar (McNair, 2023):

1. Memberikan informasi pada masyarakat mengenai apa yang terjadi di sekitarnya.
2. Pada masyarakat yang demokratis maka media politik memiliki fungsi sebagai saluran advokasi yang dapat membantu agar kebijakan dan program-program dari lembaga politik dapat disalurkan pada melalui media massa.
3. Mendidik masyarakat akan arti serta signifikansi fakta yang ada.
4. Sebagai sarana publikasi antara masyarakat pada pemerintah serta lembaga-lembaga politik.
5. Sebagai platform penyedia diri dalam menampung masalah-masalah politik sehingga dapat menjadi wacana dalam memberikan opini publik serta mengembalikan hasil opini itu pada masyarakat.

D. Pemilih Pemula

Dikonotasikan sebagai pemegang hak pilih pertama kalinya memberikan hak suaranya dalam Pemilu. Reciansyah (2015), Pemilih pemula merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang memiliki hak pilih, memenuhi persyaratan sebagai pemilih, berusia tujuh belas tahun, dan belum berusia tujuh belas tahun bisa memiliki hak pilih asal sudah atau pernah kawin. Pemilih pemula pada dasarnya memiliki ciri khas yaitu barupertama memilih, kurang pengalaman, masih dikategorikan mengambang, kurang tertarik kehidupan politik serta mudah terpengaruh lingkungannya dan pemilih pemula sangat relative besar.

Pemilih pemula identik dengan generasi Z. Berdasarkan berbagai penelitian yang dilakukan, generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Karakteristik dari generasi Z adalah sebagai berikut:

1. Memiliki ambisi besar untuk mencapai kesuksesan. Generasi Z atau Anak muda masa kini memiliki *role model* yang semakin banyak, artinya banyak orang yang mereka idolakan. Hal ini mendorong timbulnya ambisi yang besar untuk sukses seperti orang yang mereka idolakan tersebut.
2. Menyukai hal-hal simpel, praktis dan instan. Generasi Z cenderung menyukai segala sesuatu yang serba praktis dan simpel, termasuk dalam hal memecahkan masalah dan mencari solusi.
3. Menginginkan kebebasan. generasi Z cenderung terkesan susah diatur. Mereka

menginginkan kebebasan, baik dalam berpendapat, berkreasi, berekspresi, dan lain sebagainya karena genarasi Z lahir di tengah-tengah modernitas.

4. Memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepercayaan diri dapat mempengaruhi cara bersikap dan berperilaku. Kepercayaan diri yang tinggi akan menumbuhkan karakter dan membangun mental positif, sehingga mereka lebih mampu untuk memandang segala sesuatu secara positif.
5. Menyukai hal yang detail. Generasi Z menyukai hal yang detail, sehingga cenderung kritis dalam berpikir dan detail dalam mencermati suatu permasalahan. Hal ini didukung dengan teknologi yang memungkinkan mereka untuk mencari informasi dan berbagai referensi dengan mudah melalui internet.
6. Ingin mendapat pengakuan. Generasi Z menginginkan adanya pengakuan, baik dalam bentuk pujian, hadiah, dan penghargaan lainnya. *Reward* bagi mereka sebagai motivasi untuk berbuat lebih baik, dibandingkan dengan ancaman dan hukuman.
7. Melek terhadap teknologi informasi. Anak-anak generasi Z lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses perangkat digital, mengeksplorasi dunia maya, berkomunikasi dan berinteraksi di media sosial dibandingkan bertatap muka dan bercengkerama dengan keluarga di kehidupan nyata. Mereka cepat belajar dan mahir dalam menggunakan perangkat digital

baik berupa laptop, *smartphone*, tablet, dan lain sebagainya.

8. Lebih realistis. Lahir di era teknologi digital menjadikan generasi Z akrab dengan perangkat digital canggih, yang memungkinkan mereka untuk mengakses informasi dan mencari kebenaran atas segala informasi yang dihadirkan. Generasi ini lebih pragmatis dan analitis dalam berpikir. Mereka akan tertantang untuk mencari kebenaran suatu peristiwa dari berbagai informasi.

9. Lebih toleran dan menghargai perbedaan. Generasi ini lebih terbuka untuk menerima perbedaan, sehingga lebih toleran dan menghargai setiap perbedaan yang ada baik suku, agama, maupun ras. Generasi Z percaya bahwa dialog bisa menjadi solusi untuk saling menerima perbedaan pendapat. Mereka lebih suka terlibat dalam interaksi dengan pihak mana pun sehingga mampu mengekstraksi apapun yang masuk akal baginya.

E. Pengetahuan Politik

Budianto (2017) merumuskan pengetahuan politik dalam tiga variabel, yaitu; pengetahuan tentang pemerintahan, pengetahuan tentang aturan main politik, dan pengetahuan tentang lingkungan dan masyarakat. Pengetahuan politik dalam jurnal "*The Question(s) of Political Knowledge*" dimana Pengetahuan politik merupakan merupakan konsep sentral dalam studi opini publik dan perilaku politik. Pengetahuan politik

merupakan dasar dari perilaku politik seseorang (Barabas, dkk, 2014).

Pengetahuan politik menurut Nugraheni (2017) berfungsi untuk lebih memberi isi dan arah serta pengertian kepada proses penghayatan nilai yang sedang berlangsung.

Pengetahuan politik akan membawa orang pada tingkat partisipasi tertentu, dalam politik seseorang tidak hanya dituntut mengembangkan pengetahuan juga harus mengembangkan aspek sikap dan keterampilan.

F. Partisipasi Politik

Merupakan keikutsertaan warganegara biasa dalam menentukan segala keputusan yang menyangkut atau memengaruhi hidupnya (Surbakti, 2010). Karenanya, partisipasi merupakan aspek penting dalam demokrasi karena melalui partisipasi masyarakat dapat ikut serta memengaruhi kebijakan publik yang akan mengenai dirinya.

Mas'ood dan MacAndrews (2021), membedakan bentuk partisipasi menjadi dua, yaitu partisipasi konvensional dan partisipasi non-konvensional. Partisipasi konvensional meliputi pemberian suara (*voting*), diskusi politik, kegiatan kampanye; membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan; serta komunikasi individual dengan pejabat politik dan administrasi. Sedangkan bentuk partisipasi non-konvensional adalah pengajuan petisi, berdemonstrasi, konfrontasi, mogok; tindakan kekerasan politik terhadap harta benda (perusakan, pengeboman, pembakaran); tindakan kekerasan politik terhadap manusia

(penculikan pembunuhan); serta perang gerilya dan revolusi.

Partisipasi politik diartikan juga sebagai pemberian suara dalam pemilihan umum, partisipasi dalam diskusi politik informal, partisipawq2/3si dalam rapat umum dan ikut kampanye (Ajeng, 2014).

Partisipasi politik seseorang akan ditentukan oleh nilai-nilai dan sikap-sikap yang diperoleh melalui proses sosialisasi politik. Sosialisasi nilai yang berjalan dengan baik atau tidak baik, dan pengalaman yang menyenangkan atau tidak, akan memengaruhi tingkat partisipasinya. Sosialisasi politik bisa didapatkan melalui keluarga, teman, lingkungan pekerjaan, media massa, maupun kontak-kontak politik langsung. Melalui sosialisasi politik inilah seseorang akan mendapatkan nilai-nilai, orientasi dan sikap politik, yang akan membantunya menempatkan diri dalam sistem politik. Dengan demikian, pengalaman hidup dan peristiwa yang dialami seseorang serta nilai dan orientasi politik yang dimiliki seseorang akan menentukan partisipasi politik (Mas' oed dan MacAndrews, 2021).

III. PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan mulai awal Mei 2023 sampai dengan awal Juli 2023. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara dikirim melalui surat elektronik (*email*) dengan melampirkan tautan kuesioner yang dapat diakses dan langsung diisi oleh responden. Menggunakan cara ini sebanyak 256 responden memberikan balasan (jawaban) namun terdapat 21 jawaban yang tidak lengkap sehingga dihilangkan dari

kumpulan data sehingga ada 235 responden yang menjaab dengan lengkap terhadap kuesioner yang dikirimkan, yang berarti jawaban tersebut memenuhi syarat untuk diolah. Responden dalam penelitian ini adalah pemuda baik mahasiswa maupun pelajar atau non pelajar yang merupakan pemilih pemula pada pemilu 2024 dengan usia antara 17-23 tahun.

Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden sesungguhnya dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner penelitian pada sample kecil (30 responden) tujuannya adalah untuk menguji apakah kuesioner penelitian yang digunakan dapat mengukur apa yang kan diukur dan hasil yang didapat adalah bahwa kuesioner valid dan reliabel artinya kuesioner dapat digunakan untuk mengukur yang akan diteliti dan dapat disebarakan kepada sampel sesungguhnya untuk dilanjutkan melakukan penelitian.

Berdasarkan usia responden sebagian besar yang mengisi kuesioner adalah responden dengan usia 20-23 tahun yaitu sebanyak 208 orang atau sebesar 89% sisanya yang mengisi kuesioner adalah mereka yang berusia 17-19 tahun sebanyak 27 orang atau sebesar 11%.

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden, dari jawaban yang ada bahwa sebanyak 213 responden berpendidikan di perguruan tinggi, sisanya sebesar 22 responden menjawab masih duduk di bangku SMA/Sederajat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik

menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One - sample <u>kolmogorov smimov</u> Test		
		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters	Mean	0.00
	St. Deviation	4.262
Most Extreme Differences	Absolute	0.056
	Positive	0.049
	Negative	-0.056
Test Statistic		0.056
Asymp.Sig.(2-Tailed)		0.071

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil olah data didapat hasil Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0.071 > 0.05$, hasil ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (tidak terjadi gejala multikolinearitas)

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	t	Sig	Collinearity Statistic	
			Tolerance	VIF
(Constant)	8.583	0.000		
Pengetahuan Politik	1.15	0.251	0.998	1.002
Media Sosial	0.103	0.918	0.998	1.002

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2 di atas nilai Tolerance sebesar $0.998 > 0,10$ dan nilai VIF

sebesar $1.002 < 10$, artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	6.558	3.276		2.002	0.046
Pengetahuan Politik	-0.139	0.082	-0.11	-1.685	0.093
Media Sosial	0.022	0.024	0.059	0.899	0.369

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 3 di atas nilai signifikansi (sig) untuk pengetahuan politik sebesar $0.093 > 0.05$ demikian pula dengan manfaat media sosial sebesar $0.369 > 0.05$, maka disini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu dua variabel independent yang terdiri dari pendidikan / pengetahuan politik dan manfaat media sosial serta satu variabel dependent yaitu partisipasi politik. Analisis regresi linier berganda berfungsi untu mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent (X) terhadap variaeel dependent (Y).

Tabel 4 Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	48.562	5.658		8.583	0.000
Pengetahuan Politik	0.164	0.142	0.075	1.15	0.251
Media Sosial	0.004	0.042	0.007	0.103	0.918

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4 dapat dibuat sebuah persamaan regresi:

$$Y = 48.562 + 0.164PP + 0.004MS$$

Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi berganda adalah nilai Konstanta bertanda positif sebesar 48.562 artinya apabila pengetahuan politik dan media sosial sama dengan nol (0) maka partisipasi politik akan mengalami peningkatan sebesar 48.562. Pengetahuan politik sebesar 0,164, artinya bahwa setiap kenaikan pengetahuan politik maka akan berpengaruh meningkatkan partisipasi politik sebesar 0,164. Media sosial sebesar 0,004, artinya bahwa setiap kenaikan manfaat media sosial maka akan berpengaruh meningkatkan partisipasi politik sebesar 0,004.

Uji parsial (uji T) digunakan untuk menguji pengaruh antara pengetahuan politik dan manfaat media sosial, secara parsial terhadap partisipasi politik para pemilih pemula.

Tabel 5 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	48.562	5.658		8.583	0.000
Pengetahuan Politik	0.164	0.142	0.075	1.15	0.251
Media Sosial	0.004	0.042	0.007	0.103	0.918

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan nilai signifikansi (sig) pada tabel 5 dapat dilihat bahwa pengetahuan politik memiliki nilai sig sebesar 0.251 yang berarti > 0.05, ini mengandung arti bahwa pengetahuan politik tidak memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik. Demikian juga untuk

manfaat media sosial yang memiliki nilai sig sebesar 0.918 > 0.05, artinya media sosial juga tidak memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik.

Pengetahuan politik tidak mempengaruhi partisipasi politik para pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024, hal ini terlihat dari mayoritas responden yang sudah paham dan mengerti mengenai pengetahuan tentang pemerintah, pengetahuan tentang aturan main politik, dan pengetahuan tentang lingkungan dan masyarakat.

Jika dilihat dari demografi responden sebagian besar responden berusia antara 22-23 tahun dan duduk di perguruan tinggi, tentu saja para responden sudah mendapatkan pendidikan atau pengetahuan tentang politik dari berbagai sumber, bukan hanya dari tempat pendidikannya, melainkan juga dari media sosial bahkan dari pengalaman orang tua, senior ataupun masyarakat sekitarnya, sehingga pendidikan politik tidak berpengaruh terhadap partisipasi para pemilih pemula dalam penelitian ini.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni, A. Y. (2017) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan politik dan aktor politik terhadap partisipasi politik Masyarakat Desa Trimurti, Srandakan, Bantul Pada Pilkada 2015. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Limilia Putri dan Ariadne Evie (2018) yang menemukan hasil bahwa pemilih pemula memiliki pengetahuan yang rendah tentang konsep, peran, dan fungsi partai politik.

Rendahnya tingkat pengetahuan tersebut diiringi dengan persepsi negatif terhadap partai politik.

Media sosial tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada pemilu 2024, dimana ini dapat dilihat dari bagaimana responden hanya menggunakan media sosial untuk mencari berbagai informasi mengenai politik, keterbukaan responden dalam mendapatkan berbagai informasi melalui media sosial, percakapan mengenai politik di media sosial, membangun komunitas di media sosial, dan saling terhubung dengan menggunakan media sosial untuk membicarakan politik. Dapat dikatakan bahwa para pemilih pemula hanya menggunakan media sosial untuk mencari berbagai informasi mengenai dunia politik namun tidak membuat pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam menghadapi pemilu 2024.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zempi, dkk (2023) dimana Media sosial memiliki kekuatan dalam aspek *involve* atau terlibat dalam partisipasi politik, *connect* yaitu memiliki jaringan dalam partisipasi politik dan *mobilize* yaitu pemberian dukungan pada jalannya partisipasi politik. Begitu juga dengan penelitian Sokid (2023) yang menemukan hasil media sosial sangat bermanfaat untuk anak muda dalam berpartisipasi menjadi bagian dari pelaksanaan pemilu pada setiap tahapan pemilu (Studi kasus Kecamatan Susukan). Dwitama, Muhammad Irfan., Hakiki, Firza Alif., Sulastri, Endang., Usni dan Gunanto, Djoni. (2022) yang mengatakan bahwa media sosial mempunyai peran penting dalam mempengaruhi partisipasi

politik masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan.

Model goodness of fit (F Test) digunakan dengan tujuan untuk melihat apakah model penelitian yang digunakan adalah model yang baik, atau dengan kata lain variabel bebas yang digunakan dapat menjelaskan variabel terikatnya.

Tabel 6 Hasil Uji Model Penelitian (Uji F)

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	24.281	2	12.141	0.663	0.516
Residual	4250.868	232	18.323		
Total	4275.149	234			

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil olah data yang didapat seperti yang terlihat pada Tabel 6 diperoleh hasil sig sebesar 0.516 jauh di atas 0.05, artinya model yang digunakan dalam penelitian ini kurang baik, atau dengan kata lain tidak terdapat variasi antar anggota kelompok penelitian. Hal ini bisa saja terjadi jika dilihat dari hasil jawaban responden pada penelitian ini yang rata-rata menjawab dengan jawaban yang hampir sama, sehingga tidak terdapat variasi antar responden.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0.075	0.006	-0.003	4.281

Sumber: Data diolah (2023)

Jika dilihat dari Tabel 7 nilai R square sebesar 0.006 dan adjusted R Square sebesar -0.003 (dalam statistik angka adjusted R Square negatif berarti = 0), ini bermakna nilai koefisien determinasi (R square) ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi kontribusi pengaruh pendidikan politik dan manfaat media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Hal ini memperkuat hasil uji kesesuaian model penelitian (uji f) dimana tidak terdapat variasi antar anggota kelompok penelitian. Solusi yang dapat diberikan jika uji F tidak signifikan dan hasil koefisien determinasi terlalu kecil adalah dengan menambah variabel penelitian lain seperti perilaku pemilih atau menambah jumlah sampel penelitian.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan politik tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik para pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024. Para pemilih pemula yang dalam penelitian ini sebagian besar adalah mahasiswa tentu saja sudah banyak mendapatkan pendidikan atau pengetahuan seputar dunia politik baik dari tempat mereka sekolah/kuliah, dari media sosial, dari pergaulan atau bahkan dari pengalaman orang tua atau seniornya. Pengetahuan diluar pendidikan yang didapat pemilih pemula inilah yang kemudian membawa para pemilih pemula menjadi lebih kritis dan cermat dalam menentukan pilihan

politik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan politik tidak membuat pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam politik pada pemilu 2024.

2. Media sosial tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik para pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024, dimana responden pada penelitian ini adalah para pemuda yang sudah pasti sangat dekat dengan media sosial dalam berbagai kebutuhan dan kegiatannya, sehingga dapat membantu pemilih pemula dalam mendapatkan berbagai informasi seputar pemilu atau dunia politik dan hal lainnya. Media sosial merupakan sesuatu yang biasa menurut para pemilih pemula untuk mendapatkan berbagai informasi sehingga manfaat media sosial tidak mempengaruhi partisipasi politik para pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Anwar . (2011). *Komunikasi Politik-Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Barabas, J., Jerit, J., Pollock, W., and Rainey, C. (2014). The question (s) of political knowledge. *American Political Science Review*, 108(4), 840–855.
- Budianto, R. (2017). Pengaruh Pendidikan Politik terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pemilu Tahun 2014 di Kelurahan Simpang Pasir Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 93–106.
- Dwitama, Muhammad Irfan., Hakiki, Firza Alif., Sulastri, Endang., Usni dan Gunanto, Djoni. (2022). Media Sosial dan Pagaruhnya terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *Independen: Jurnal Politik Indonesia dan Global* Vo.3 No.1. April. e-ISSN : 2721-9755.

- Iqbal, Muhammad Awaluddin. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Legislatif 2019 Di Kabupaten Bulungan. *eJournal Ilmu Pemerintahan* 8 (3). ISSN 2477-2058 (Online).
- Kaplan, Andreas M dan Michael Haenlin. (2010). *User of The World, Unite! The Challenges and Oppertunities of Social Media*. Jakarta : Kompas Gramedia.
- Limilia Putri dan Ariadne Evie. (2018). Pengetahuan dan persepsi politik pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial* Vol. 16, No. 01, 45-55 doi: 10.7454
- Mas'oeed Mohtar, dan MacAndrews Colin . (2021). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press (edisi revisi). Hal. 47-49.
- McNair Brian. (2003). *Introduction of Political Communication*. : library cataloguIng publication: London.
- McNair Brian. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik*. Nusamedia: Jakarta.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6 - Salemba Humanika. Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nimmo. (2001). *Komunikasi politik, khalayak dan efek*. Remaja karya : Bandung.
- Nugraheni, A. Y. (2017). Pengaruh Pengetahuan Politik Dan Aktor Politik Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Desa Trimurti, Srandakan, Bantul Pada Pilkada 2015. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum* 42-70.
- Nur, W. dan P. Sukma. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum. *Jupis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57.
- Ratnamulyani, Ike Atikah dan Maksudi, Beddy Iriawan. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* Vol. 20, No. 2, Juli. eISSN: 2443-2660.
- Reciansyah, (2015). Perilaku pemilih pemula dalam pemilihan umum (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kecamatan Siantan Tengah Kabupaten Anambas Tahun 2014). Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang.
- Sokid. (2023). Media Sosial Dan Partisipasi Politik Pemuda Dalam Pelaksanaan Tahapan Pemilu 2024 (Studi kasus Kecamatan Susukan). *Journal Of Comprehensive Science*. Vol.2 No.5 Mei.
- Surbakti, Ramlan. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Grasindo. Jakarta. Hal. 118.
- Zempi Chairun Nisa, Kuswanti Ana, Maryam Siti. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, Januari.