

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
PEMILIH PEMULA DALAM MENGHADAPI PILKADA SERENTAK
TAHUN 2020 DI KABUPATEN BARRU**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Pemerintahan

Disusun dan Diusulkan Oleh :

MUHAMMAD ARIF LAEMANG

Nomor Induk Mahasiswa: 10564 11097 16



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2021

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
PEMILIH PEMULA DALAM MENGHADAPI PILKADA SERENTAK
TAHUN 2020 DI KABUPATEN BARRU**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Pemerintahan

Disusun dan Diusulkan Oleh :

MUHAMMAD ARIF LAEMANG

Nomor Induk Mahasiswa : 10564 11097 16

Kepada

28/04/2021

1 org
Sntb Alami

R/0038/1 PM/ 2100
LAE
P¹

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap
Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi
Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru.

Mahasiswa : Muhammad Arif Laemang

Nomor Induk Mahasiswa : 10564 11097 16

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Pembimbing I

Dr. H. Muhlis Madani, M.Si

Pembimbing II

Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. Hj. Hyani Malik, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan

Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0156/FSP/A.3-VIII/II/42/2021 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Pemerintahan yang dilaksanakan di Makassar pada hari Selasa, 23 Februari 2021.

TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris

Dr. Ihyahi Malik, S.Sos, M.Si

NBM: 730727

Dr. Burhanuddin, S.Sos, M.Si

NBM: 1084366

PENGUJI

1. Abdul Kadir Adys, S.H.,MM

(.....)

2. Dr. H. Samsir Rahim, S.Sos., M.Si

(.....)

3. Dr. Nuryanti Mustari, S.IP.,M.Si

(.....)

4. Handam, S.IP.,M.Si

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Mahasiswa : Muhammad Arif Laemang

Nomor Induk Mahasiswa : 10564 11097 16

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis / dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan gelar akademik.

Makassar, 20 Februari 2021

Yang Menyatakan,

Muhammad Arif Laemang

ABSTRAK

Muhammad Arif Laemang, 2020. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak di Kabupaten Barru. (Dibimbing oleh Muhlis Madani dan Nuryanti Mustari).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru. Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian survey. Teknik sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan pengukuran instrumen penelitian yaitu *skala likerts*. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif dan teknik analisis regresi sederhana dengan bantuan aplikasi software SPSS version 26.

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis statistik deskriptif diperoleh hasil tanggapan responden sebesar 80,70% yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada penilaian sangat baik dan tanggapan responden mengenai perilaku pemilih pemula di peroleh hasil sebesar 80,52% yang menunjukkan bahwa perilaku pemilih pemula di Kabupaten Barru tergolong sangat baik. Hasil persamaan regresi dapat diinterpretasikan bahwa nilai koefisien regresi (b) nilainya sebesar 22.249 yang menyatakan bahwa variabel independen atau media sosial (X) berpengaruh positif atau kuat pengaruhnya terhadap variabel dependen atau perilaku pemilih pemula (Y). Berdasarkan hasil t hitung $> t$ tabel ($22.249 > 0.1689$) atau signifikan (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$ sehingga berarti H_a diterima. Hal ini berarti H_a media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.

Kata Kunci : Media Sosial, Perilaku Pemilih Pemula, Pilkada

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberi berbagai karunia dan nikmat yang tiada terhitung kepada seluruh makhluknya terutama manusia. Demikian pula salam dan shalawat kepada Nabi kita Muhammad SAW yang merupakan panutan dan contoh kita di akhir zaman. Dengan keyakinan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang saya ajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Muhlis Madani, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Nuryanti Mustari, S.IP.,M.Si selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Dr. Nuryanti Mustari, S.IP.,M.Si dan Bapak Ahmad Harakan, S.IP., M.Hi

selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberi ilmu dan pelayanan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Pihak Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Barru yang telah banyak memberikan informasi dan data yang dibutuhkan selama penelitian berlangsung.
6. Saudara(i)ku anak Ilmu Pemerintahan angkatan 2016 yang sama-sama berjuang dalam meraih cita-cita serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya skripsi ini.
7. Secara khusus dan istimewa penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua saya Ayahanda Suardi tompo S.Sos dan Ibunda (alm) Rukmiati Abbas yang telah mendidik dan membimbing saya dari kecil hingga dewasa dan selalu memberikan dukungan yang sangat berharga.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun penulis sangat diharapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 20 Februari 2021

Peneliti,

Muhammad Arif Laemang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Media Sosial	10
B. Konsep Perilaku Pemilih	13
C. Konsep Pemilih Pemula	16
D. Kerangka Pikir	19
E. Defenisi Operasional	20
F. Hasil Penelitian Sebelumnya	21
G. Hipotesis	22
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
B. Jenis dan Tipe Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Teknik Analisis Data	27
F. Teknik Pengabsahan Data	29
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	31
B. Deskripsi Data Responden Penelitian	35
C. Hasil Penelitian	39
1. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru	39

2. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru.....	66
3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru.....	86
D. Interpretasi Data.....	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Jawaban Responden	28
Tabel 4.1 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.4 Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkampanye di dunia maya.	40
Tabel 4.5 Postingan calon kandidat di media sosial sangat menarik perhatian masyarakat.....	41
Tabel 4.6 Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menanggapi postingan calon kandidat di dunia maya.	42
Tabel 4.7 Media sosial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendukung calon kandidat pilihanya di dunia maya.....	42
Tabel 4.8: Indikator Partisipasi	43
Tabel 4.9 Media sosial adalah alat komunikasi yang mudah diakses oleh semua kalangan.....	45
Tabel 4.10 Masyarakat dapat mempoting gambar dan tulisan mengenai calon kandidat di media sosial	46
Tabel 4.11 Informasi di media sosial sangat membantu dalam mengenal calon kandidat	46
Tabel 4.12 Postingan-postingan mengenai pemilu di media sosial sangat mudah diakses	47
Tabel 4.13 : Indikator Keterbukaan	48
Tabel 4.14 Media sosial dapat digunkan sebagai ajang berdiskusi dan berkomunikasi mengenai pilkada.....	50
Tabel 4.15 Komentar-komentar masyarakat di media sosial seringkali menjatuhkan calon kandidat.....	50
Tabel 4.16 Saling berkomentar di media sosial dapat mempererat hubungan peserta pilkada.....	51
Tabel 4.17 Masyarakat sebaiknya memberikan komentar positif mengenai pilkada di media sosial.	52
Tabel 4.18 : Indikator Percakapan	53
Tabel 4.19 Komunitas dapat menghimpun anggota dengan tujuan yang sama.	54
Tabel 4.20 Komunitas di media sosial memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai pilkada.....	55
Tabel 4.21 Komunitas di media sosial sangat berperan positif terhadap pilkada.....	56
Tabel 4.22 Membuat kelompok di media sosial dapat mempermudah untuk berdiskusi mengenai pilkada.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Jawaban Responden	28
Tabel 4.1 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.4 Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkampanye di dunia maya	40
Tabel 4.5 Postingan calon kandidat di media sosial sangat menarik perhatian masyarakat.....	41
Tabel 4.6 Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menanggapi postingan calon kandidat di dunia maya	42
Tabel 4.7 Media sosial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendukung calon kandidat pilihanya di dunia maya.....	42
Tabel 4.8: Indikator Partisipasi	43
Tabel 4.9 Media sosial adalah alat komunikasi yang mudah diakses oleh semua kalangan.....	45
Tabel 4.10 Masyarakat dapat mempoting gambar dan tulisan mengenai calon kandidat di media sosial	46
Tabel 4.11 Informasi di media sosial sangat membantu dalam mengenal calon kandidat	46
Tabel 4.12 Postingan-postingan mengenai pemilu di media sosial sangat mudah diakses	47
Tabel 4.13 : Indikator Keterbukaan	48
Tabel 4.14 Media sosial dapat digunakan sebagai ajang berdiskusi dan berkomunikasi mengenai pilkada.....	50
Tabel 4.15 Komentar-komentar masyarakat di media sosial seringkali menjatuhkan calon kandidat.....	50
Tabel 4.16 Saling berkomentar di media sosial dapat mempererat hubungan peserta pilkada.....	51
Tabel 4.17 Masyarakat sebaiknya memberikan komentar positif mengenai pilkada di media sosial.....	52
Tabel 4.18 : Indikator Percakapan	53
Tabel 4.19 Komunitas dapat menghimpun anggota dengan tujuan yang sama	54
Tabel 4.20 Komunitas di media sosial memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai pilkada.....	55
Tabel 4.21 Komunitas di media sosial sangat berperan positif terhadap pilkada.....	56
Tabel 4.22 Membuat kelompok di media sosial dapat mempermudah untuk berdiskusi mengenai pilkada.....	56

Tabel 4.23 : Indikator Komunitas	57
Tabel 4.24 Media sosial memudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain mengenai pemilu	59
Tabel 4.25 Media sosial dapat mempererat hubungan masyarakat dengan calon kandidat.	59
Tabel 4.26 Media sosial memudahkan masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain.....	60
Tabel 4.27 Media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan orang lain.....	61
Tabel 4.28 : Saling Terhubung.....	62
Tabel 4.29 : Variabel Medial Sosial.....	63
Tabel.4.30 Ikut memilih berdasarkan penilaian visi dan misi	68
Tabel.4.31 Memilih dengan melihat trik record calon.....	69
Tabel.4.32 Mampu membedakan calon visioner.....	70
Tabel.4.33 Menggunakan hak pilih karena sadar sebagai warga Negara.....	70
Tabel 4.34 : Pemilih Rasional Kalkulatif.....	71
Tabel 4.35 Memilih karena ada hubungan keluarga/kerabat.....	72
Tabel 4.36 Memilih karena berdasarkan suku dan agama.....	73
Tabel 4.37 Menggunakan hak pilihan karena suruhan orang lain.....	74
Tabel 4.38 Memilih karena kelompok atau daerahnya.....	74
Tabel 4.39. : Pemilih Primordial.....	75
Tabel 4.40 Memilih karena adanya mony politik.....	76
Tabel 4.41 Memilih berdasarkan janji politik dan jabatan.....	77
Tabel 4.42 Memilih karena suka dan tidak suka.....	78
Tabel 4.43 Menggunakan hak pilihan karena permintaan tokoh masyarakat sekitar.....	78
Tabel 4.44. : Pemilih Pragmatis.....	79
Tabel 4.45 Ikut serta memilih karena didasari rasa iba dan kagum.....	81
Tabel 4.46 Memilih berdasarkan gaya kepemimpinan atau ketokohnya.....	81
Tabel 4.47 Menggunakan hak pilihan dalam pilkada dengan sukarela.....	82
Tabel 4.48. : Pemilih Emosional.....	83
Tabel 4.49 : Variabel Perilaku Pemilih Pemula.....	84
Tabel 4.50 Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	88
Tabel 4.51 Ringkasan Hasil Uji Reabilitas Media Sosial (X)	89
Tabel 4.52 Ringkasan Hasil Uji Reabilitas Perilaku Pemilih Pemula (Y).....	90
Tabel. 4.53 Model Summary	91
Tabel. 4.54 Coefficients ^a	92
Tabel 4.55 ANOVA ^a	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan umum (pemilu) merupakan instrumen yang digunakan rakyat untuk mewujudkan partisipasinya dalam sistem demokrasi. Masyarakat Indonesia yang telah memenuhi syarat sesuai undang-undang untuk menjadi pemilih, dapat ikut serta dalam menyampaikan hak suaranya secara langsung melalui pemungutan suara. Hal ini sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 1 Ayat 2 yang menyatakan bahwa “kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut UUD”. Kedaulatan rakyat yang dimaksud adalah pelaksanaan sistem demokrasi dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat.

Menurut Prihatmoko (2005). Pemilih yang merupakan bagian dari masyarakat luas bisa saja tidak menjadi konstituen partai politik tertentu, masyarakat terdiri dari beragam kelompok, terdapat kelompok masyarakat yang memang non-partisipan, dimana ideologi dan tujuan politik mereka tidak dikatakan pada suatu partai politik tertentu. Mereka menunggu sampai ada suatu partai politik yang bisa menawarkan program politik yang menawarkan program kerja yang terbaik menurut mereka, sehingga partai tersebutlah yang akan mereka pilih. Dalam hal ini pemilih sudah mulai menggunakan rasional dalam menentukan pilihannya.

Pemilihan kepala daerah atau yang biasa disingkat (PILKADA) merupakan pesta demokrasi yang berlangsung setiap lima tahun sekali, pilkada

juga sering diartikan sebagai pesta demokrasi tingkat daerah dimana masyarakat yang ada di daerah mulai dari tingkat kabupaten/kota sampai provinsi memberikan kesempatan pada masyarakat yang ada di daerah tersebut untuk memilih pemimpin daerahnya secara langsung. Namun banyak hal yang mempengaruhi masyarakat dalam menyalurkan aspirasi dan partisipasinya dalam pemilu yaitu salah satunya adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Rustian, 2013).

Perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat baik perilaku dalam budaya maupun etika (Cahyono, A.S 2016)

Kemudian, media Sosial juga menjadi salah satu jembatan yang dapat menghubungkan pemerintah, dan masyarakat secara umum. Bentuk kepercayaan antara pemerintah dan masyarakatnya sangat erat kaitannya dengan karakter dari komunikasi sebuah media dan media sosial merupakan salah satu instrumen baru yang kini menjadi hal yang cukup berpengaruh dalam melakukan komunikasi, sosialisasi dan pendidikan politik. Pada Media sosial, keramaian ide, gagasan, dan visi-misi kini mulai berpindah ke ruang-ruang maya. Diskusi, perdebatan, dan saling tuduh secara frontal sangat bebas terjadi di media sosial serta berkampanye menggunakan media sosial merupakan salah satu cara yang efektif dari pada menggunakan baliho dan spanduk. Sebab orang yang terdidik, tidak mudah percaya pada isi baliho atau

spanduk, tapi lebih percaya pada perkataan teman atau koleganya di media sosial.

Kelebihan media sosial adalah media sosial tidak sekadar menjadi alat untuk berkomunikasi, bersosialisasi atau pemasaran secara online, namun bisa dimanfaatkan sebagai alat politik untuk berkampanye serta menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan politik, misalnya seperti program-program partai ataupun profil dari si calon pemimpin itu sendiri. Sifat kampanye di media sosial merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata, karena berkampanye di dunia nyata terdengar berisik, suaranya keras namun tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Pencitraan dan pengenalan partai kepada masyarakat sangat cocok melalui media sosial, karena bisa menjangkau seluruh rakyat baik di kota maupun desa (Sugiarto, 2014).

Memanfaatkan media sosial sebagai alat politik merupakan salah satu cara dalam penyebaran gagasan berbagai ide, termasuk isi kampanye via media sosial, yang berlangsung sangat cepat dan tanpa batas (Suranto, 2016). Sifat dari media sosial yang berlangsung cepat dan tanpa batas memberikan peluang penyebaran kampanye hitam yaitu penyebaran-penyebaran isu politik yang bersifat negatif dan tidak mendidik bagi masyarakat, serta respon terhadap isu-isu ini dapat terjadi dengan sangat cepat, termasuk penyebarannya. Perseteruan kampanye antar partai politik juga terjadi di media sosial, tindakan yang saling menjelek-jelekan partai lainnya dan cenderung menyudutkan partai politik

tertentu yang sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap partai politik tersebut dan yang paling buruk adalah munculnya apatisme politik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan seseorang (putri W.S.R dkk.2016) Informasi ataupun isu yang tersebar pada media sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku para pemilih. Salah satu pemilih yang sering terpapar pesan-pesan komunikasi atau isu politik melalui media sosial adalah pemilih pemula. Pemilih pemula dalam undang-undang pemilihan umum yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah mereka yang berusia 17-21 tahun, yang telah memiliki hak suara dalam pemilu dan pemilu kepala daerah. Selanjutnya dijelaskan dalam Bab IV Pasal 19 bahwa "yang memiliki hak memilih adalah warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin". Pemilih pemula merupakan pemilih yang baru memasuki usia hak pilih sehingga pengetahuan politiknya masih rendah untuk menentukan pilihan politiknya pada pemilu legislatif apalagi dengan banyaknya kategori pemilihan suara untuk anggota DPR, DPRD provinsi, DPRD kabupaten/kota, dan DPD (Ajeng, 2014).

Perilaku pemilih pemula masih berkaitan erat dengan faktor sosiologis dan psikologis. Usia pemilih pemula yang berkisar antara 17-21 tahun rentan untuk dipengaruhi politik praktis terutama karena motivasi yang ada dalam diri pemilih pemula dipengaruhi oleh rasa penasaran untuk ikut pemilu pertama

kali serta pemilih pada umur ini sangat aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama dalam kehidupan sehari-hari sehingga mereka banyak mendapat pendidikan atau pengetahuan politik melalui media sosial.

Pemilih pemula yang terdiri atas pelajar dan mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun menjadi segmen yang memang unik (Wardhani P.S.N. 2018)

Pemilih pemula yang didominasi oleh para pemuda sangat rentang terpengaruh terhadap isu-isu politik yang tersebar di media sosial, maka dari itu penyebaran informasi politik melalui media sosial perlu dilakukan pengawasan, sebab banyaknya pemberitaan di media sosial yang selalu memperlihatkan sisi negatif anggota partai politik dan kampanye hitam yang justru memberikan dampak buruk bagi pembacanya. Selain menampilkan sisi negatif, media sosial juga harus bisa menampilkan sisi positif dari para anggota partai politik dan kampanye pemilu yang dapat dijadikan teladan atau pedoman untuk para pemuda yang masih memerlukan pendidikan politik, sehingga hal ini dapat meningkatkan partisipasi para pemilih pemula dalam pemilihan umum.

Dalam bidang politik sendiri media sosial yang merupakan bagian media online atau media baru, mulai di gunakan sebagai media sosialisasi politik karena biaya penggunaan yang murah dan aksesnya yang tidak terbatas. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik sudah dilakukan di berbagai kesempatan, seperti pemilihan presiden dan legislatif di tahun 2019, media sosial juga digunakan sebagai media sosialisai politik yang bertujuan

mendapatkan simpati dan dukungan dari masyarakat. Setiap pasangan calon berusaha memberikan informasi dan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi perilaku memilih.

Potensi pemilih pemula dalam sebuah pemilihan umum patut diperhitungkan, sebab pada setiap pemilu di Indonesia, jumlah pemilih pemula berada diangka 20 – 30 % dari keseluruhan jumlah pemilih dalam pemilu serta jumlah pemilih pemula dalam Pilkada serentak 2015 secara nasional yang telah dihimpun KPU melalui Daftar Pemilih Sementara sekitar 1.820.143 pemilih atau 1,85 % dari jumlah total pemilih secara nasional sebanyak 98 juta pemilih (Sophian & Suryadi, 2015).

Kabupaten Barru adalah sebuah kabupaten yang terletak di Sulawesi selatan yang pada tahun 2015 merupakan kabupaten yang mengikuti pilkada serentak. Peraturan komisi pemilihan umum (PKPU) 15/2019 telah keluar berdasarkan PKPU itu, pilkada akan digelar pada 23 september 2020 secara serentak di 270 daerah seluruh Indonesia, Kabupaten Barru salah satu kabupaten yang akan ikut serta dalam pelaksanaan pemilu 2020 dalam hal ini pemilihan bupati dan wakil bupati. Karena adanya pandemi covid-19 (corona virus) maka pilkada serentak di mundurkan dan akan digelar pada 9 desember 2020.

Pemilih yang sering terpapar pesan-pesan komunikasi melalui media sosial adalah pemilih pemula yang rentang umurnya 17-21 tahun, karena pemilih pada umur ini sangat aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan bupati dan wakil

bupati tahun 2020 di Kabupaten Barru, para figur calon yang memberikan informasi lewat media sosial dengan frekuensi, dan isi pesan yang berbeda-beda. Informasi politik tentang pemilihan bupati dan wakil bupati tahun 2020 di Kabupaten Barru yang diberikan lewat media sosial tentu memiliki peran terhadap perilaku pemilih pemula dalam menentukan keputusan akhir memilih. Keadaan Kabupaten Barru yang merupakan salah satu kabupaten berkembang dan mengikuti perkembangan teknologi, serta media komunikasi politik yang berkembang tidak hanya menggunakan baliho, pamflet, radio, tv, dan koran tetapi menggunakan media sosial. juga para figur calon bupati dan wakil bupati tahun 2020 di Kabupaten Barru yang menggunakan media sosial sebagai media untuk memberikan informasi-informasi politik menjadi alasan dilakukannya penelitian ini.

Perilaku pemilih pemula menjelang pemilu biasanya antusias mengingat ini merupakan pengalamannya pertama dalam mengikuti pilkada serentak (Fauzi A.M. 2019).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru”.

B. Rumusan Masalah

Dalam hal ini peneliti mencoba menguraikan beberapa rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap penggunaan media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru?

2. Bagaimana tanggapan responden terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru?
3. Apakah ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru?

C. Tujuan Penelitian

Dalam hal ini peneliti mencoba menjelaskan maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap penggunaan media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unismuh Makassar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat mengenai pengaruh penggunaan masalah media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Media Sosial

Media sosial merupakan jembatan komunikasi jarak jauh antar masyarakat. Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia (Wulan, 2015).

Pemilih pemula sangat mudah dipengaruhi oleh terpaan media sosial yang berisikan iklan politik (Suryatna, U.2016). Hal inilah yang membuat peneliti penasaran ingin mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula.

Selain itu, menurut Kotler dan Keller dalam Hartanto (2013) media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Kemudian menurut Karjaluoto dalam Wahyuni (2015), terdapat 6 bentuk media sosial, yaitu :

1. Blog (*blogs or web blogs*), yaitu sebuah website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar. Banyak macam-macam blog di dunia, dan blog menjadi populer karena menyediakan perspektif yang utuh dan asli mengenai topik-topik tertentu.

2. Forum (*Forums*), yaitu sebuah situs dimanabeberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer adalah kaskus. Di dalam kaskus terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.
3. Komunitas Konten (*content communities*), yaitu situs yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarakan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini menyediakan layanan untuk voting, sehingga pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebarakan.
4. Dunia virtual (*virtual worlds*), merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs game on-line. Pengunjung dapat berinteraksidan berjuang bersama dengan pengunjung lain atau dapat juga bersaing dengan pengunjung lain.
5. Wikis, yaitu situs penghasil data-data atau dokumen-dokumen. Dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*users*) resmi dapat

mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs wikis.

6. Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya Facebook), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja.

Menurut Antony Mayfield dalam Hamzah Nasution (2015) yang membagi indikator media sosial sebagai berikut :

1. Partisipasi, Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik. Artinya media sosial mampu mengajak seseorang untuk berpartisipasi dalam hal apapun.
2. Keterbukaan, Hampir semua pelayanan sosial media terbuka untuk umpan balik (*feed back*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagai informasi. Media sosial yang merupakan media yang dapat di akses oleh siapapun.
3. Percakapan, Komunikasi yang terjalin terjadi dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui sosial media tersebut.
4. Komunitas, Sosial media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit, hal ini lah yang membuat kita sering melihat adanya komunitas atau grup dalam sebuah media sosial seperti facebook, dan whatsapp.

5. Saling Terhubung, Hampir semua sosial media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain dan orang-orang.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menarik pengertian Media Sosial adalah suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang mempermudah pengguna untuk berinteraksi satu sama lain serta meringankan pekerjaan manusia.

B. Konsep Perilaku Pemilih

Perilaku pemilih merupakan keikutsertaan warga masyarakat dalam pemilihan umum serta keputusan pilihan politik yang diambil masyarakat dalam pemilihan umum. Partisipasi atau keterlibatan dalam pemilihan umum adalah salah satu bentuk dari partisipasi politik, selain merupakan bentuk partisipasi yang paling elementer (Hemay dan Munandar 2015).

Sedangkan perilaku pemilih menurut Ramlan Subakti dalam Adiatma (2015) adalah aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih atau tidak memilih (*to vote or not to vote*) didalam suatu pemilihan umum. Apabila voters memutuskan untuk memilih (*to vote*) maka *voters* akan memilih atau mendukung kandidat tertentu.

Perilaku pemilih Menurut Subakti dalam Hemay dan Munandar (2015) ditentukan oleh lima domain kognitif yang berbeda dan terpisah sebagai berikut:

1. Isu dan kebijakan publik (issues and policies), mempresentasikan kebijakan/program (platform) yang diperjuangkan dan dijanjikan oleh partai atau kandidat politik jika kelak menang Pemilu.
2. Citra sosial (social imagery), menunjukkan stereotip kandidat atau partai politik untuk menarik pemilih dengan menciptakan asosiasi antara kandidat atau partai dan segmen-segmen tertentu dalam masyarakat. Citra sosial bisa terjadi berdasarkan banyak faktor, antara lain demografi, sosial ekonomi, kultur dan etnik, serta politis-ideologis.
3. Perasaan emosional (emotional feelings) adalah dimensi emosional yang terpancar dari sebuah kontestan atau kandidat yang ditunjukkan oleh kebijakan politik yang ditawarkan.
4. Peristiwa mutakhir (currents events) mengacu pada peristiwa, isu, dan kebijakan yang berkembang menjelang dan selama kampanye.
5. Faktor episdemik (episdemic issues) adalah isu-isu pemilihan yang spesifik yang dapat memicu keingintahuan para pemilih mengenai hal-hal baru.

Kemudian menurut Ambo Upe dalam Aditya Dermawan (2015) Perilaku pemilih dipengaruhi oleh banyak faktor. Ia tidak berdiri sendiri, akan tetapi, saling berkaitan dengan aspek lain. Misalnya, faktor isu-isu dan kebijakan politik, faktor agama, adanya sekelompok orang yang memilih kandidat tertentu karena dianggap representasi dari agama atau keyakinannya. Selain itu, ada juga orang yang memilih kandidat tertentu karena dianggap mewakili kelas sosialnya. Bahkan ada juga kelompok yang memilih kandidat tertentu sebagai ekspresi dari sikap loyal pada ketokohan figur tertentu.

Menurut Eep Saifullah Fatah dalam Samiruddin dkk (2015), terdapat beberapa tipe perilaku pemilih pemula yaitu pemilih rasional kalkulatif, pemilih primordial, pemilih pragmatis, pemilih emosional.

a. Pemilih Rasional Kalkulatif

Pemilih rasional kalkulatif pemilih tipe ini adalah pemilih yang memutuskan pilihan politiknya berdasarkan perhitungan rasional dan logika. Biasanya pemilih ini berasal dari golongan masyarakat yang terdidik atau relatif tercerahkan dengan informasi yang cukup sebelum menjatuhkan pilihannya.

Untuk mengetahui indikator Pemilih rasional kalkulatif dapat diukur melalui sub indikator dalam lima pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator Pemilih rasional kalkulatif dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.28 sampai 4.31 sebagai berikut.

b. Pemilih Primordial

Pemilih primordial, pemilih yang menjatuhkan pilihannya lebih dikarenakan alasan primordialisme. Seperti alasan agama, suku, ataupun keturunan. Pemilih yang termasuk kedalam tipe ini biasanya sangat mengganggu simbol-simbol yang mereka anggap luhur. Pemilih tipe ini lebih banyak berdomisili diperkampungan.

c. Pemilih Pragmatis

Pemilih pragmatis, pemilih tipe ini biasanya lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan untung dan rugi. Suara mereka akan diberikan kepada

kandidat yang bisa mendatangkan keuntungan sesaat secara pribadi kepada mereka. Biasanya mereka juga tidak begitu peduli dan sama sekali tidak kritis dengan integritas dan visi misi yang dibawa kandidat.

d. Pemilih Emosional

Kelompok pemilih ini cenderung memutuskan pilihan politiknya karena alasan perasaan. Pilihan politik yang didasari rasa iba, misalnya adalah pilihan yang emosional. Atau pilihan dengan alasan romantisme, seperti kagum dengan ketampanan atau kecantikan kandidat, misalnya juga termasuk kategori pilihan emosional. Kebanyakan mereka biasanya berasal dari kalangan hawa atau pemilih pemula.

Menurut teori Surbakti dalam Aditya Darmawan (2015) ada beberapa pendekatan untuk melihat perilaku pemilih, yaitu:

- 1) Pendekatan sosiologis.
- 2) Pendekatan Psikologis.
- 3) Pendekatan Rasional.
- 4) Pendekatan Domain Kognitif.

Berdasarkan Uraian diatas peneliti menyimpulkan Prilaku Pemilih adalah reaksi individu dalam pemberian hak suara dengan melakukan pertimbangan secara mendalam dan memiliki tolah ukur penilaian.

C. Konsep Pemilih Pemula

Pemilih pemula yang dikonotasikan sebagai pemegang hak pilih pertama kalinya memberikan hak suaranya dalam Pemilu. Pengertian pemilu itu sendiri ialah sarana pelaksanaan asas kedaulatan rakyat berdasarkan pancasila

(demokrasi pancasila) dan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bertujuan untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk dalam badan perwakilan rakyat yang dapat mewakili aspirasi masyarakat Indonesia (Setiawan, 2015).

Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum No.10 tahun 2015 pasal 1 ayat 1 Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota, selanjutnya disebut Pemilihan, adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis. Pemilih yang dimaksud adalah pemilih yang memiliki hak pilih, yaitu mereka yang telah terdaftar sebagai pemilih dan memenuhi syarat-syarat yaitu tidak terganggu jiwa atau ingatannya, dan tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan. Hak untuk memilih harus didasarkan dengan kesadaran dan penuh tanggung jawab (Setiawan, 2015).

Sedangkan menurut pasal 1 ayat 6 Undang-undang nomor 1 tahun 2015. Dan juga selain yang berusia paling rendah 17 tahun yaitu anggota TNI-Polri ini pun telah diatur Undang-undang No 2 tahun 2002 di dalam Pasal 28 ayat 1 "kepolisian Negara Republik Indonesia bersikap netral dalam kehidupan politik dan tidak melibatkan diri pada kegiatan politik praktis dan di dalam Pasal 28 ayat (3) Undang-undang Polri nomor 2 tahun 2002 "anggota kepolisian negara republik Indonesia dapat menduduki jabatan di luar kepolisian setelah mengundurkan diri atau pensiun dari dinas kepolisian". Jadi anggota TNI-Polri yang baru memasuki masa pensiun juga termasuk pemilih pemula.

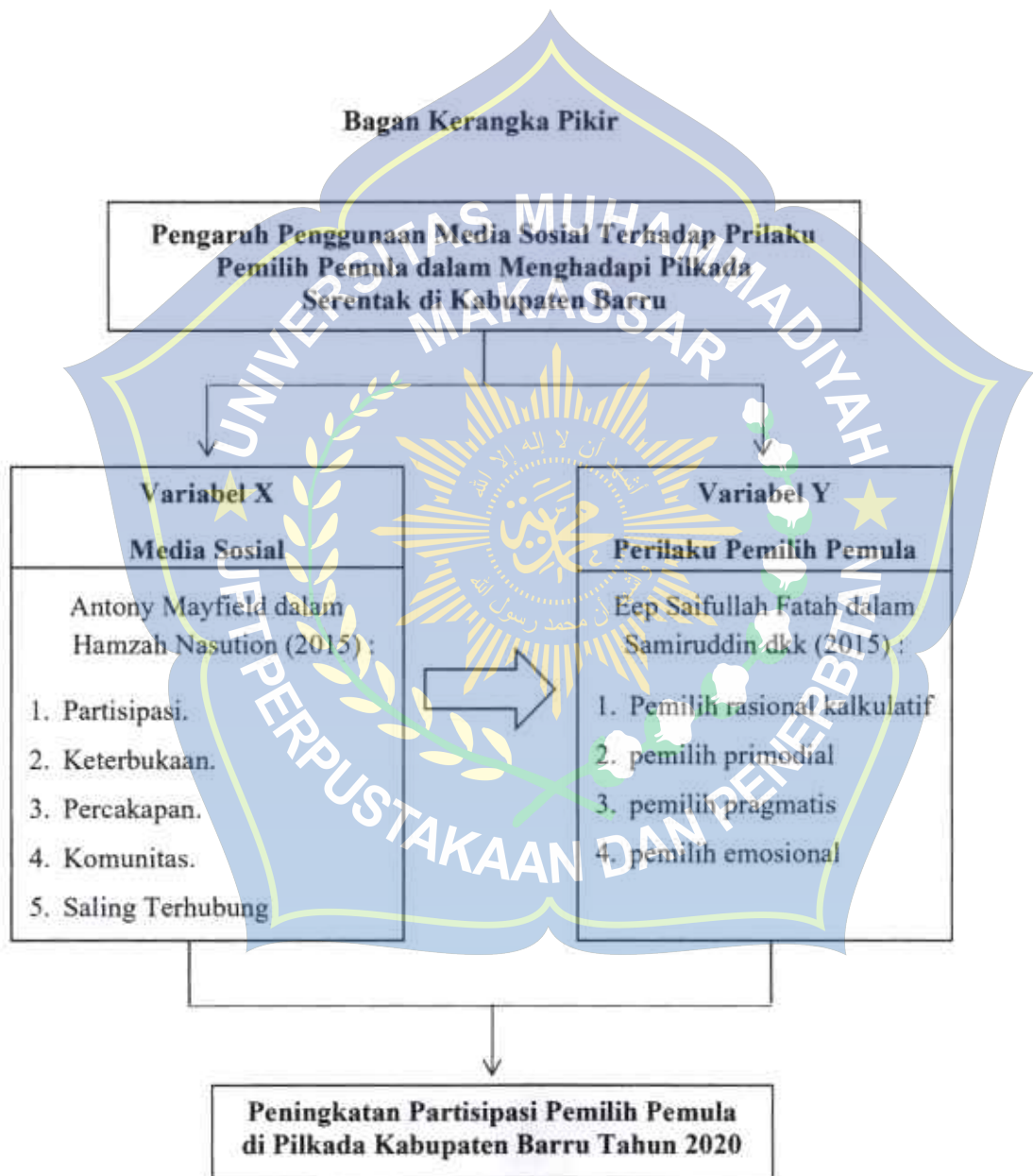
Pemilih pemula merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang memiliki hak pilih, memenuhi persyaratan sebagai pemilih, berusia tujuh belas tahun, dan belum berusia tujuh belas tahun bisa memiliki hak pilih asal sudah atau pernah kawin. Pemilih pemula pada dasarnya memiliki ciri khas yaitu baru pertama memilih, kurang pengalaman, masih dikategorikan mengambang, kurang tertarik kehidupan politik serta mudah terpengaruh lingkungannya dan pemilih pemula sangat relative besar (Reciansyah, 2014)

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berpikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka berpikir ini merupakan suatu argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis. Dalam merumuskan suatu argumentasi kerangka pikir menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis premis dasarnya.

Berdasarkan uraian teori diatas, penulis membuat kerangka berpikir dengan mengambil media sosial sebagai variabel x menggunakan teori Antony Mayfield yang membagi indikator media sosial menjadi beberapa bagian. Sedangkan untuk variabel y yaitu perilaku pemilih dengan menggunakan teori Eep Saifullah Fatah yang memberikan penjelasan mengenai tipe perilaku pemilih dalam melihat tipe pemilih perlu menggunakan tipe pemilih yaitu pemilih rasional kalkulatif, pemilih primordial, pemilih pragmatis, pemilih emosional.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, mendasari lahirnya kerangka pikir penelitian pada gambar berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Pikir

E. Definisi Oprasional Variabel

Berdasarkan pokok permasalahan yang akan diajukan, maka peneliti membuat penjelasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Variabel Media Sosial

- A. Partisipasi, yaitu membuat seseorang untuk ikut serta untuk menanggapi postingan orang lain di media sosial.
- B. Keterbukaan, seseorang dapat membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan masalah pribadi seperti foto, video dan komentar di media sosial.
- C. Percakapan, menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara seseorang dengan orang lain melalui pesan singkat atau komentar.
- D. Komunitas, menciptakan sebuah ruang di media sosial yang menggabungkan seseorang yang memiliki tujuan atau hobbi yang sama.
- E. Saling Terhubung, media sosial dapat menciptakan sebuah jaringan yang menghubungkan semua orang diseluruh dunia.

2. Variabel Prilaku Pemilih Pemula

- A. Pemilih Rasional Kalkulatif, merupakan tipe pemilih yang memiliki pengetahuan atau terdidik sehingga dapat menentukan pilihannya secara rasional dengan memperhatikan segala hal.
- B. Pemilih Primordial, merupakan tipe pemilih yang masih memegang teguh tradisi, adat istiadat, suku, dan kepercayaan yang masih dibawa sejak kecil sehingga dalam menentukan pilihannya berdasarkan pada

karakteristik yang sama. Seperti memilih kandidat yang memiliki agama yang sama denganya.

C. Pemilih Pragmatis, merupakan tipe pemilih yang memperhatikan untung dan rugi. seperti memilih kandidat yang dapat memberikan keuntungan terhadap dirinya.

D. Pemilih Emosional, Tipe pemilih ini merupakan tipe pemilih yang melibatkan prasaan dalam memilih calon kandidat dalam pemilu. pilihanya didasari rasa iba atau alasan romantisme seperti kagum dengan ketampanan dan kecantikan calon kandidat.

F. Hasil Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang menginspirasi lahirnya judul penelitian ini yaiyu sebagai berikut,

Pengaruh Terpaan Media iklan politik terhadap perilaku pemilih pemula, oleh U Suryatna jurnal sosial humaniora. Pada tahun 2011. Adapun maksud dan hasil penelitian yaitu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media iklan politik, dan pesan iklan politik terhadap perilaku pemilih pemula. Penelitian ini didesain dalam bentuk survey korelasionalnya dan dilaksanakan di sekolah menengah atas (SMAN 1 PARUNGKUDA) dalam pilkada di Sukabumi tahun 2010, dan 121 siswa ditetapkan sebagai sampel

penelitian menggunakan metode penarikan sampel acak sederhana. Data yang berhasil dihimpun dianalisis regresi ganda dan korelasi product momentpearson. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perilaku pemilih nyata dipengaruhi ($P < 0,05$) oleh terpaan iklan politik.

Kata kunci : Iklan politik, Terpaan Media, Pemilih Pemula, Perilaku Pemilih

Hal inilah yang menginspirasi peneliti membuat judul Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan sekarang yaitu waktu penelitian dan lokasi penelitian yang berbeda adapun indikator yang digunakan berbeda penelitian sekarang fokus pada hasil 2 variabel yaitu media sosial X dan perilaku pemilih Y, sementara penelitian yang dilakukan suryatna hanya fokus pada media iklan politik.

G. Hipotesis

Berdasarkan pada uraian latar belakang dan permasalahan diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0) :

Tidak ada Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak di Kabupaten Barru.

2. Hipotesis Alternatif (H_a) :

Ada Pengaruh Media Sosial Terhadap Prilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak di Kabupaten Barru.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 2 (dua) bulan, setelah seminar proposal dilaksanakan yaitu dimulai pada tanggal 21 juli 2020 sampai 21 september 2020. Adapun lokasi penelitian yaitu dilaksanakan di Kabupaten Barru, karena peneliti ingin melihat bagaimana Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak di Kabupaten Barru. Lokus penelitian dan penyebaran angket dilakukan di kecamatan tanete rilau.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan alasan karena dalam penelitian kuantitatif memiliki dua variabel yang ingin diketahui hipotesisnya dengan melakukan penelitian terhadap populasi dan sampel yang telah ditentukan. Maka dari itu, peneliti ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena pada penelitian ini ada dua variable yang ingin diteliti yaitu untuk mengetahui pengaruh variable X "Media Sosial" terhadap variabel Y "Perilaku Pemilih Pemula" dalam Menghadapi Pilkada Serentak di Kabupaten Barru.

Adapun tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe penelitian deskriptif, Karena penelitian deskriptif kuantitatif mencari data berdasarkan dari sampel populasi kemudian penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Begitu juga pada penelitian ini, peneliti

melakukan penelitian dengan membagikan kuesioner kepada setiap populasi yaitu pemilih pemula yang ada di Kabupaten Barru, kemudian hasil dari kuesioner akan di analisis.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini Berdasarkan Data KPU Kabupaten Barru tahun 2018 pemilih pemula berjumlah 2634 orang. (KPU Kabupaten Barru, 2018).

2. Sampel

Sampel merupakan jumlah karakteristik yang dimiliki oleh jumlah populasi tersebut. Untuk itu sampel yang digunakan mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2015) *simple random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. karena jumlah populasi penelitian yang cukup besar, yaitu 2.634 orang, dan adanya beberapa keterbatasan dari peneliti, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penarikan sampel dengan menggunakan rumus *Taro Yamane*, sebagai berikut:

Teknik Sampel

$$n = \frac{N}{(N \cdot d^2 + 1)}$$

Keterangan:

N = besar populasi

n = besar sampel

d = tingkat kepercayaan/ ketepatan yang diinginkan (diambil 10% (0,1))

maka,

$$n = \frac{2.634}{(2634(0,1)^2 + 1)} = 96,3 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel sebesar 96 (sembilan puluh enam) orang yang akan menjadi sampel penelitian sekaligus menjadi responden penelitian dibagikan kuesioner.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipilih adalah dengan menggunakan kuesioner (angket) menggunakan bentuk *checklist*, guna membantu responden di Kabupaten Barru untuk menjawab dan mengisi kuesioner dengan mudah dan cepat dengan memberi tanda *check* (√) pada tempat yang telah disediakan.

Peneliti membuat 2 (dua) buah kuesioner untuk penelitian ini, satu kuesioner untuk memperoleh data terkait Media Sosial (variabel X) dan satu kuesioner untuk memperoleh data terkait Perilaku Pemilih Pemula (variabel Y). Kedua kuesioner tersebut peneliti berikan kepada pemilih pemula atau responden yang berada di Kabupaten Barru. Guna mempermudah proses

pembuatan kuesioner maka terlebih dahulu peneliti membuat kisi-kisi instrumen penelitian.

Kuesioner dilengkapi dengan skala pengukuran untuk menghasilkan data kuantitatif. *Skala Likert* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi masyarakat atau responden di Kabupaten Barru tentang variabel Media Sosial dan variabel Perilaku Pemilih Pemula. Ada 5 (lima) pilihan jawaban pada setiap item pertanyaan, yaitu:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5
2. Jawaban Setuju (S) : diberi skor 4
3. Jawaban Kurang Setuju (KS) : diberi skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Kuesioner penelitian yang dibuat oleh peneliti ini akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum dan sesudah penelitian. Uji validitas dilakukan untuk menguji keakuratan/ kevalidan kuesioner penelitian, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji kehandalan/ konsistensi kuesioner penelitian. Peneliti akan melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan *software SPSS version 24.0*. Pengujian validitas cukup dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} Product Moment. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka indikator atau pertanyaan kuesioner dikatakan valid, begitupula sebaliknya. Data juga dikatakan valid jika nilai sig. (2-tailed) data < 0.05 .

Peneliti akan melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan *software SPSS version 24.0*. Pengujian realibilitas cukup dengan

membandingkan r_{alpha} atau angka cronbach alpha dengan nilai 0,7. Jika r_{alpha} atau angka cronbach alpha $\geq 0,7$ maka indikator atau pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel, begitupula sebaliknya.

Peneliti juga menggunakan uji t (parsial). Uji t ini digunakan untuk menguji seberapa tinggi pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri atau melakukan uji satu-satu terhadap variabel terikat. Uji t digunakan melalui dasar pengambilan keputusan dimana jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Ketika hipotesis ditolak maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, dan jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Maka dapat dikatakan variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau dependen.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data, yaitu:

1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data kuesioner yang telah terkumpul dari jawaban responden di Kabupaten Barru sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi).

Teknik analisis statistik deskriptif yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa tabel, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan persentase (%). Penentuan persentase

dari perolehan data hasil kuesioner dari masing-masing variabel menggunakan rumus perhitungan persentase:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan rumus:

n = Skor yang diperoleh

N = Skor ideal

% = Persentase

Data yang sudah dipersentasekan lalu ditafsirkan dengan kalimat-kalimat yang bersifat kualitatif, dimana hasil persentase itu dapat digolongkan sebagaimana terlihat pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1. Kriteria Jawaban Responden

Persentase Jawaban	Tafsiran Kualitatif
80% - 100%	Sangat Baik
60% - <80%	Baik
40% - <60%	Cukup Baik
20% - <40%	Kurang Baik
0% - <20%	Sangat Tidak Baik

(Arikunto, 2010)

2. Teknik Analisis Inferensial

Statistik Inferensial menurut Sugiyono (2016), merupakan teknik statistik yang berfungsi untuk menganalisis suatu data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik inferensial diberlakukan untuk seluruh populasi yang didasarkan pada data sampel sehingga kebenarannya

disebut dengan peluang. Pada penelitian ini statistik inferensial menggunakan analisis regresi sederhana.

Regresi linier sederhana merupakan suatu alat yang digunakan dalam memprediksi permintaan dimasa akan datang yang berdasarkan data masa lalu atau mengetahui pengaruh suatu variabel bebas (independent) terhadap satu variabel tak bebas (dependent). Tujuan dari metode ini adalah untuk memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent). Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS *software SPSS version 24.0*. Bentuk umum dari persamaan regresi linier sederhana ini, yaitu :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan rumus:

- $\hat{Y}$ = variabel Partisipasi Politik
- X = variabel Pengetahuan Politik
- a = konstanta
- b = koefisien regresi

Hasil analisis regresi dapat digunakan pula untuk melakukan uji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Dasar pengambilan keputusannya, adalah:

- a. Jika nilai P value (sig) $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b. Jika nilai P value (sig) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

F. Teknik Pengabsahan Data

Untuk mengukur data, ada dua konsep yang digunakan yaitu validitas dan reliabilitas. Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bisa

datanya kurang valid dan kurang reliable.

1. Uji Validitas

Uji validasi dimaksudkan untuk mengetahui validasi instrumen/kuesioner. Menurut Sugiono (2016) "hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti". Teknik yang digunakan yaitu korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu cara melakukan korelasi masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel/pertanyaan dikatakan valid bila skor variabel/pertanyaan tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor total.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan dengan maksud untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Realibilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas kusioner dengan tujuan penelitian. Teknik pengujian realibilitas yang dilakukan yaitu dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpa. Adapun rumus Alpha tersebut adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana:

R_{11} = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_1^2 = varian total

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Profil KPU Kabupaten Barru

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia. KPU yang ada sekarang merupakan KPU keempat yang dibentuk sejak era Reformasi 1998. KPU pertama (1999-2001) dibentuk dengan Keppres No 16 Tahun 1999, beranggotakan 53 orang anggota, dari unsur pemerintah dan Partai Politik. KPU pertama dilantik Presiden BJ Habibie. KPU kedua (2001-2007) dibentuk dengan Keppres No 10 Tahun 2001, beranggotakan 11 orang, dari unsur akademis dan LSM. KPU kedua dilantik oleh Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) pada tanggal 11 April 2001.

Dalam undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu sebagai lembaga pengawas Pemilu. KPU dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta dalam hal penyelenggaraan seluruh tahapan pemilihan umum dan tugas lainnya. KPU memberikan laporan Presiden kepada Dewan Perwakilan Rakyat.

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu juga mengatur kedudukan panitia pemilihan yang meliputi PPK, PPS, KPPS dan PPLN serta KPPSLN yang merupakan penyelenggara Pemilihan Umum

yang bersifat ad hoc. Panitia tersebut mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan semua tahapan penyelenggaraan Pemilihan Umum dalam rangka mengawal terwujudnya Pemilihan Umum secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Dalam rangka mewujudkan KPU dan Bawaslu yang memiliki integritas dan kredibilitas sebagai Penyelenggara Pemilu, disusun dan ditetapkan Kode Etik Penyelenggara Pemilu. Agar Kode Etik Penyelenggara Pemilu dapat diterapkan dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum, dibentuk Dewan Kehormatan KPU, KPU Provinsi, dan Bawaslu.

Di dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilu DPR, DPD dan DPRD, jumlah anggota KPU adalah 11 orang. Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, jumlah anggota KPU berkurang menjadi 7 orang. Pengurangan jumlah anggota KPU dari 11 orang menjadi 7 orang tidak mengubah secara mendasar pembagian tugas, fungsi, wewenang dan kewajiban KPU dalam merencanakan dan melaksanakan tahap-tahap, jadwal dan mekanisme Pemilu DPR, DPD, DPRD, Pemilu Presiden/Wakil Presiden dan Pemilu Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah.

Menurut Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggara Pemilu, komposisi keanggotaan KPU harus memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh persen). Masa keanggotaan KPU 5 (lima) tahun terhitung sejak pengucapan sumpah/janji. Penyelenggara Pemilu berpedoman kepada asas : mandiri; jujur; adil; kepastian hukum; tertib

penyelenggara Pemilu; kepentingan umum; keterbukaan; proporsionalitas; profesionalitas; akuntabilitas; efisiensi dan efektivitas.



Gambar 4.1
Tampak depan Kantor KPU Kabupaten Barru

2. Visi dan Misi

Visi :

Terwujudnya Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara Pemilihan Umum yang memiliki integritas, profesional, mandiri, transparan dan akuntabel, demi terciptanya demokrasi Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Misi :

- 1) Membangun lembaga penyelenggara Pemilihan Umum yang memiliki kompetensi, kredibilitas dan kapabilitas dalam menyelenggarakan pemilihan umum;

- 2) Menyelenggarakan Pemilihan Umum untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden dan Wakil Presiden serta Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil, akuntabel, edukatif dan beradab;
- 3) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilihan umum yang bersih, efisien dan efektif.
- 4) Melayani dan memperlakukan setiap peserta Pemilihan Umum secara adil dan setara, serta menegakkan peraturan Pemilihan Umum secara konsisten sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 5) Meningkatkan kesadaran politik rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam pemilihan umum demi terwujudnya cita-cita masyarakat Indonesia yang demokratis.

3. Tugas dan Wewenang

Dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan sebagai berikut :

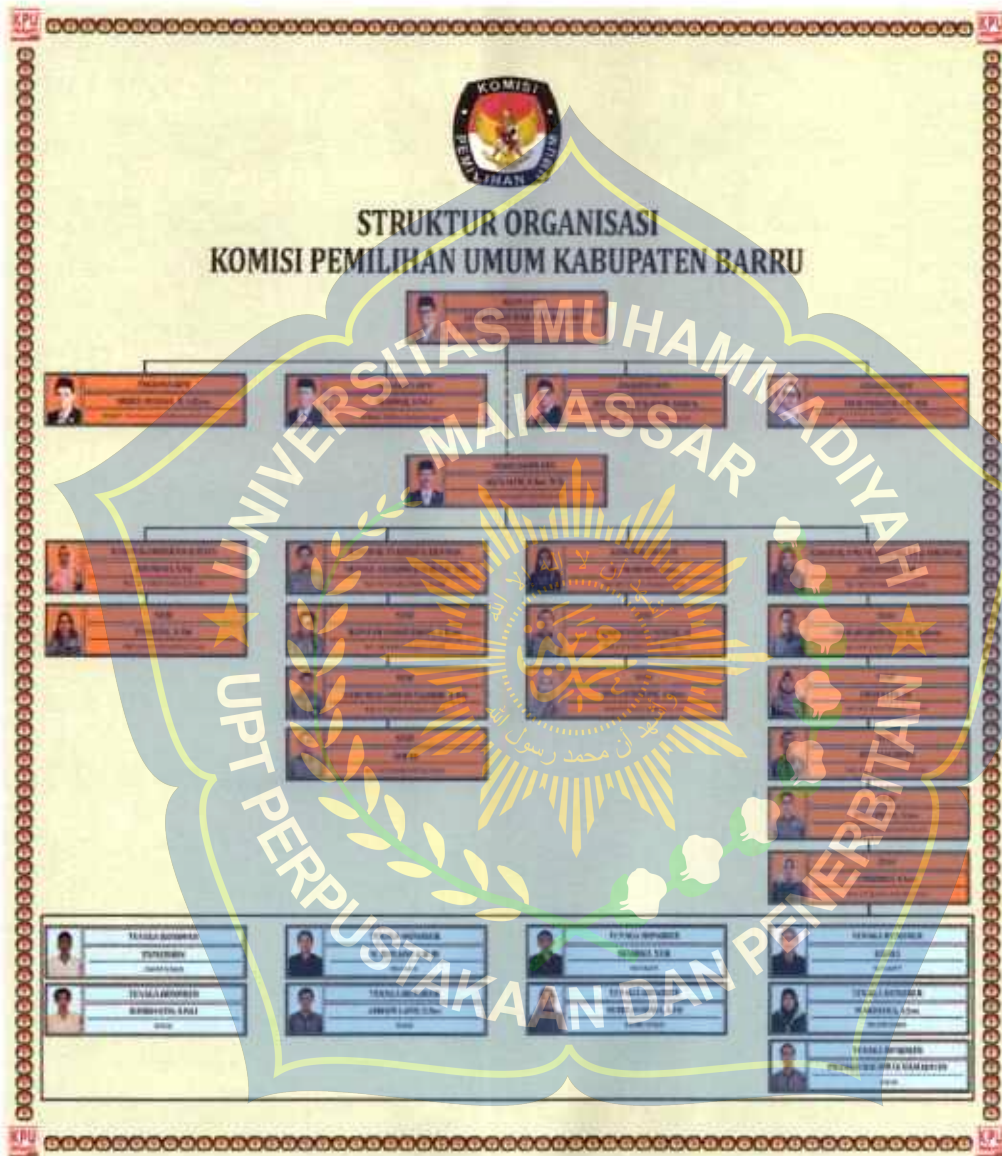
- 1) Merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum;
- 2) Menerima, meneliti dan menetapkan Partai-partai Politik yang berhak sebagai peserta Pemilihan Umum;

- 3) Membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS;
- 4) Menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan;
- 5) Menetapkan keseluruhan hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II;
- 6) Mengumpulkan dan mensistematisasikan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum;
- 7) Memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum.

Dalam Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 terdapat tambahan huruf:

- Tugas dan kewenangan lainnya yang ditetapkan dalam Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum.

Sedangkan dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tersebut juga ditambahkan, bahwa selain tugas dan kewenangan KPU sebagai dimaksud dalam Pasal 10, selambat-lambatnya 3 (tiga) tahun setelah Pemilihan Umum dilaksanakan, KPU mengevaluasi sistem Pemilihan Umum.



Gambar 4.2
Struktur Organisasi KPU Kabupaten Barru

B. Deskripsi Data Responden Penelitian

Pada bab ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh selama penelitian yang telah dilakukan Kabupaten Barru khususnya kecamatan tanete rilau yang merupakan obyek utama lokasi penelitian. Data ini diperoleh melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 96 Responden yang merupakan pemilih pemula. Penyajian data meliputi data-data tentang identitas responden berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan umur dan berdasarkan pendidikan terakhir. Jumlah responden merupakan perwakilan seluruh populasi pemilih pemula di Kabupaten Barru.

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden laki-laki dan perempuan yang merupakan pemilih pemula di Kabupaten Barru, ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1	Laki-laki	43	44.8
2	Perempuan	53	55.2
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat kita ketahui bahwa yang menjadi responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang dan perempuan sebanyak 53 orang. Hal tersebut menunjukan bahwa jenis kelamin perempuan lebih mendominasi dengan presentasi 55.2% dan laki-laki dengan presentasi 44.8 %.

2. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Pada penelitian ini, responden yang menjadi obyek penelitian berada pada klasifikasi umur untuk pemilih pemula yaitu 17-21 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh penulis, pemilih pemula di Kabupaten Barru memiliki umur sebagai berikut :

Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1	17 Tahun	14	14.5
2	18 Tahun	17	17.8
3	19 Tahun	24	25
4	20 Tahun	29	30.2
5	21 Tahun	12	12.5
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pemilih pemula yang menjadi responden dalam penelitian ini, usia yang paling mendominasi yakni 20 tahun dengan presentasi 30.2%. Sedangkan untuk umur terendah berda pada umur 21 dengan presentasi 12.5%.

3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Klasifikasi Pendidikan responden yang merupakan pemilih pemula, berdasarkan data yang diperoleh penulis, pemilih pemula di Kabupaten Barru memiliki pendidikan sebagai berikut :

Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1	Tidak tamat SD	10	10.4
2	SD	12	12.5
3	SMP	50	52.1

4	SMA	24	25
Jumlah		96	100

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pemilih pemula yang menjadi responden dalam penelitian ini, pendidikan terkhir yang paling mendominasi yakni pendidikan SMP dengan presentasi 52.1%. Sedangkan responden yang berpendidikan SD serta yang tidak berpendidikan berda pada kisaran 10% serta yang berpendidikan terakhir tingkat SMA dengan presentasi 25% responden.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner maka ditemukan beberapa hal terkait dengan jawaban yang diberikan oleh responden. Pada penelitian ini, terdapat 2 variabel yang dijadikan sebagai objek penelitian. Variabel yang dimaksud adalah variabel Media Sosial sebagai variabel independen atau variabel X dan variabel Perilaku Pemilih Pemula sebagai variabel terikat atau variabel Y.

1. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru.

Media sosial pada umumnya adalah sebuah alat pengakses informasi yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lainnya) sesama pengguna. kemajuan akan kegunaan Media sosial tidak hanya sebagai *platform* komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga

digunakan untuk kepentingan khalayak ramai seperti kepentingan politik, pemerintahan, dan lainnya.

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dalam penelitian diuraikan, maka tahap selanjutnya dilakukan analisis data tentang variabel media sosial. Adapun indikator media sosial adalah Partisipasi, Keterbukaan, Percakapan, Komunitas dan Saling Terhubung. Kemudian, Media Sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Facebook, Whatsapp dan Intagram. Dengan demikian, penelitian ini memperoleh hasil tentang tanggapan responden berdasarkan indikator yang diteliti, yaitu :

a. Partisipasi

Partisipasi, yaitu membuat seseorang untuk ikut serta untuk menanggapi postingan orang lain di Facebook, Whatsapp dan instagram. Untuk mengetahui indikator partisipasi diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator partisipasi dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.4 sampai dengan tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkampanye di dunia maya.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	26	27.2	130
Setuju (S)	53	55.1	212
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Setuju (TS)	0	0	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	346

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas, didominasi dengan jawaban setuju dengan

memperoleh tanggapan sebanyak 53 responden atau sebesar 55.1% dan jawaban responden terendah berada jawaban sangat tidak setuju dengan presentasi sebesar 4.2%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan oleh peneliti dilapangan masyarakat khususnya pemilih pemula sudah banyak yang memanfaatkan media sosial untuk berkampanye di dunia maya seperti di Facebook, Whatsapp dan intagram mengenai pilkada hal ini dibuktikan melalui *update* status di media sosial, dan membagikan postingan yang berkaitan dengan pilkada serentak, meskipun masih terdapat pula masyarakat yang tidak mengaitkan media sosial dengan pilkada.

Tabel 4.5 Postingan calon kandidat di media sosial sangat menarik perhatian masyarakat.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Menarik (SS)	27	28.1	135
Menarik (S)	43	44.9	172
Ragu-Ragu (RR)	15	15.6	45
Tidak Menarik (TS)	8	8.3	16
Sangat Tidak Menarik (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	371

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju atau menarik dengan memperoleh tanggapan sebanyak 43 responden atau sebesar 44.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden atau sebesar 3.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula turut serta mendukung calon kandidat dengan membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan calon kandidat yang

didukungnya. Postingan yang dibagikan tersebut berupa postingan visi dan misi calon dan beberapa program kerja unggulan. Meskipun demikian tidak semua masyarakat atau pemilih pemula turut serta melakukan hal serupa.

Tabel 4.6 Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menanggapi postingan calon kandidat di dunia maya.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	33	34.4	165
Setuju (S)	33	34.4	132
Ragu-Ragu (RR)	20	20.8	60
Tidak Setuju (TS)	9	9.3	18
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	376

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban sangat setuju dan setuju dengan memperoleh tanggapan masing-masing sebanyak 33 responden atau sebesar 34.4% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula turut serta memberikan komentar pada postingan calon kandidat yang didukungnya melalui media sosial dalam hal ini facebook. komentar tersebut ada berupa pujian dalam hal program kerja bahkan peneliti juga sering menemukan perdebatan dikolom komentar di postingan yang berkaitan dengan beberapa calon dan pendukungnya.

Tabel 4.7 Media sosial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendukung calon kandidat pilihanya di dunia maya.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Mendukung (SS)	35	36.4	175
Mendukung (S)	41	42.8	164
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Mendukung (TS)	3	3.1	6

SangatTidakMendukung(STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	388

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Tabel diatas diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 41 responden atau sebesar 42.8% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden atau sebesar 3.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan masyarakat khususnya pemilih pemula sudah memanfaatkan media sosial dalam menyatakan sikap untuk mendukung calon kandidat tertentu. Berdasarkan hasil observasi peneliti juga melihat akun facebook yang digunakan oleh pemilih pemula bergambar salah satu calon kandidat pada pilkada serentak di kabupaten Barru. Berdasarkan hasil analisis data pada pernyataan di atas dalam sub indikator partisipasi pada variabel media sosial dapat disimpulkan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8: Indikator Partisipasi

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkampanye di dunia maya.	27.2	55.1	13.5	0	4.2	72
Postingan calon kandidat di media sosial sangat menarik perhatian masyarakat.	28.1	44.9	15.6	8.3	3.1	77
Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menanggapi postingan calon kandidat di dunia maya.	34.4	34.4	20.8	9.3	1.1	78
Media sosial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendukung calon kandidat pilihanya di dunia	36.4	42.8	13.5	3.1	4.2	80

maya.						
Rata-Rata (%)	31.5	44.3	15.9	5.2	3.1	307

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator partisipasi dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 44.3% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 3.1% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan partisipasi pada variabel (X) Media sosial antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{307}{4} = 76.75$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator partisipasi dari variabel (X) yaitu sebesar 76.75. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan masyarakat khususnya pemilih pemula sudah mampu memanfaatkan media sosial untuk berpartisipasi dalam aktifitas politik di media sosial seperti mendukung calon kandidat tertentu, dukungan tersebut berupa komentar dan membagikan postingan calon baik itu kegiatannya maupun program kerja unggulannya. meskipun masyarakat atau pemilih pemula belum sepenuhnya berpartisipasi secara aktif bermedia sosial dalam hal ini aktif membahas soal pilkada serentak namun hasil kuesioner menunjukkan bahwa pada pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Barru pemilih pemula aktif berpartisipasi dalam bermedia sosial.

b. Keterbukaan

Keterbukaan, seseorang dapat membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan masalah pribadi seperti foto, video dan komentar di facebook, Whatsapp dan Instagram. Untuk mengetahui indikator keterbukaan diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator keterbukaan dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.9 sampai dengan 4.13 sebagai berikut.

Tabel 4.9 Media sosial adalah alat komunikasi yang mudah diakses oleh semua kalangan.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Mudah (SS)	36	37.5	180
Mudah (S)	29	30.2	116
Ragu-Ragu (RR)	21	21.9	63
Sulit (TS)	8	8.3	16
Sangat Sulit (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	377

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban Sangat setuju atau sangat mudah dengan memperoleh tanggapan sebanyak 36 responden atau sebesar 30.2% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula sudah banyak memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, sebab media sosial sangat mudah untuk diakses terutama yang berkaitan tentang pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Barru. hal inilah yang patut di waspadai jangan sampai pemilih pemula

terpapar informasi yang menyimpang mengenai pilkada serentak di kabupaten Barru.

Tabel 4.10 Masyarakat dapat mempoting gambar dan tulisan mengenai calon kandidat di media sosial.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	31	32.2	155
Setuju (S)	50	52.1	200
Ragu-Ragu (RR)	12	12.5	36
Tidak Setuju (TS)	2	2.1	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	396

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 50 responden atau sebesar 52.1% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula sudah terut serta membagikan informasi mengenai calon kandidat di media sosial baik berupa gambar maupun tulisan. Gambar maupun tulisan yang dimaksud adalah visi dan misi serta program kerja unggulan calon kandidat tersebut.

Tabel 4.11 Informasi dimedia sosial sangat membantu dalam mengenal calon kandidat.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Membantu (SS)	27	28.1	135
Membantu (S)	49	51.1	196
Ragu-Ragu (RR)	16	16.6	48
Tidak Membantu (TS)	1	1.1	2
SangatTidakMembantu(STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	384

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 49 responden atau sebesar 51.1% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju yaitu 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, banyak masyarakat khususnya pemilih pemula yang mendapatkan informasi mengenai calon kandidat melalui media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram. Informasi tersebut yang nantinya menjadi pertimbangan masyarakat khususnya pemilih pemula untuk memilih calon bupati dan wakil bupati dalam pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Barru, informasi yang beredar di media sosial tentu beragam hasil observasi peneliti menemukan bahwa informasi yang beredar paling sering di media sosial yaitu informasi mengenai bakal calon kandidat dan beberapa visinya.

Tabel 4.12 Postingan-postingan mengenai pemilu di media sosial sangat mudah diakses

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Mudah (SS)	25	26.1	125
Mudah (S)	52	54.1	208
Ragu-Ragu (RR)	15	15.6	45
Tidak Mudah (TS)	1	1.1	2
Sangat Tidak Mudah (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	383

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas, didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 52 responden atau sebesar 54.1% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, banyak masyarakat yang mendapatkan informasi pemilu melalui media sosial hal ini dikarenakan informasi mengenai pilkada mudah didapatkan melalui facebook, whatsapp dan intagram. Terutama setelah adanya pandemi covid-19 seperti nya semua calon menyadari bahwa media sosial adalah media yang sangat efektif pada saat ini dalam menyampaikan atau berkampanye secara online.

Berdasarkan hasil analisis data pada pernyataan di atas dalam indikator keterbukaan pada variabel media sosial dapat disimpulkan pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 : Indikator Keterbukaan

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Media sosial adalah alat komunikasi yang mudah diakses oleh semua kalangan.	37.5	30.2	21.9	8.3	2.1	78
Masyarakat dapat mempoting gambar dan tulisan mengenai calon kandidat di media sosial.	32.2	52.1	12.5	2.1	1.1	82
Informasi di media sosial sangat membantu dalam mengenal calon kandidat	28.1	51.1	16.6	1.1	3.1	80
Postingan- postingan mengenai pemilu di media sosial sangat mudah diakses.	26.1	54.1	15.6	1.1	3.1	79
Rata-Rata (%)	31.1	46.9	16.6	3.1	2.3	319

Sumber : Hasil Penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator keterbukaan dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 46,9% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 3.1% responden memberikan penilaian tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan keterbukaan pada variabe (X) Media sosial antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{319}{4} = 79.75$$

Dari hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator keterbukaan dari variabel (X) yaitu sebesar 79.75 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Meskipun berada pada kategori baik, namun berdasarkan pengamatan peneliti hal ini sudah sangat baik dikarenakan masyarakat khususnya pemilih pemula sudah mulai berani berkomentar dan membagikan postingan kadidat calon melalui media sosialnya masing-masing, hal tersebut tentu menambah keterbukaan masyarakat khususnya pemilih pemula dalam menentukan pilihannya atau perilakunya dalam pilkada serentak tahun 2020 dikabupaten Barru.

c. Percakapan

Percakapan, menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara seseorang dengan orang lain melalui pesan singkat atau komentar Facebook, Whatsapp dan instagram. Untuk mengetahui indikator percakapan diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator percakapan dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.14 sampai 4.17 sebagai berikut.

Tabel 4.14 Media sosial dapat digunakan sebagai ajang berdiskusi dan berkomunikasi mengenai pilkada.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	35	36.5	175
Setuju (S)	51	53.1	204
Ragu-Ragu (RR)	6	6.2	18
Tidak Setuju (TS)	0	0	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	401

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 51 responden atau sebesar 53.1% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 4 responden atau sebesar 4.2%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususya pemilih pemula sudah berani berkomentar mengenai pilkada hal ini dilihat oleh peneliti dalam beberapa postingan di facebook terdapat dialegtika yang terjadi dipostingn yang isinya hal-hal mengenai pilkada, namun seringkali peneliti juga melihat adanya komentar negatif yang dilakukan oleh oknum dalam hal ini pemilih yang sudah dewasa, ditakutkan komentar negatif tersebut mampu merubah perilaku pemilih pemula.

Tabel 4.15 Komentar-komentar masyarakat di media sosial seringkali menjatuhkan calon kandidat.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	36	37.5	180
Setuju (S)	45	46.9	180
Ragu-Ragu (RR)	9	9.3	27
Tidak Setuju (TS)	2	2.1	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	395

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Tabel diatas diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas, didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 45 responden atau sebesar 46.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1%.

Adapun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat memberikan komentar positif dimedia sosial dan terdapat masyarakat yang memberikan komentar yang sifatnya mengkritik, hal ini tentunya positif karena terciptanya dialegtika yang mampu memperluas wawasan mengenai pilkada serentak tahun 2020 diKabupaten Barru. Hasil observasi yang dilakukan peneliti masih jarang terlihat akun pemilih pemula memberikan komentar yang bisa menjatuhkan salah satu calon kandidat.

Tabel 4.16 Saling berkomentar di media sosial dapat mempererat hubungan peserta pilkada.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	33	34.4	165
Setuju (S)	45	46.9	180
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Setuju (TS)	3	3.1	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	392

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 45 responden atau sebesar 46.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu 2 responden atau sebesar 2.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat seringkali memberikan komentar yang justru merenggangkan hubungan antar pengguna dimedia sosial atau saling berkomentar dimedia sosial tidak menjadi

sarana yang baik untuk membangun komunikasi yang baik mengenai pilkada, karena komentar tersebut sering keluar dari substansi .

Tabel 4.17 Masyarakat sebaiknya memberikan komentar positif mengenai pilkada di media sosial.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Positif (SS)	34	35.4	170
Positif (S)	47	48.9	188
Ragu-Ragu (RR)	14	14.6	42
Tidak Positif (TS)	1	1.1	2
Sangat Tidak Positif (STS)	0	0	0
Jumlah Total	96	100	402

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 47 responden atau sebesar 48.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula sudah mampu berfikir positif dalam bermedia sosial dengan memberikan komentar-komentar yang positif di facebook, whatsapp dan intagram, meskipun komentar tersebut sangat jarang ditemukan . Ini sangat bagus mengingat pemilih pemula sangat aktif dalam menggunakan media sosial tentunya informasi positif yang berkaitan dengan pilkada serentak sangat dibutuhkan pemilih pemula.

Berdasarkan hasil analisis data pada pernyataan di atas dalam indikator percakapan pada variabel media sosial dapat disimpulkan pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18 : Indikator Percakapan

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Media sosial dapat digunakan sebagai ajang berdiskusi dan berkomunikasi mengenai pilkada.	36.5	53.1	6.2	0	4.2	83
Komentar-komentar masyarakat di media sosial seringkali menjatuhkan calon kandidat.	37.5	46.9	9.3	2.1	4.2	82
Saling berkomentar di media sosial dapat mempererat hubungan peserta pilkada.	34.4	46.9	13.5	3.1	2.1	81
Masyarakat sebaiknya memberikan komentar positif mengenai pemilu di media sosial.	35.4	48.9	14.6	1.1	0	83
Rata-Rata (%)	35.9	48.9	10.9	1.6	2.7	329

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator percakapan dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 48.9% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 1.6% responden memberikan penilaian tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan percakapan pada variabe (X) Media sosial antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{329}{4} = 82.25$$

Dari hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator percakapan dari variabel (X) yaitu sebesar 82.25 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan secara percakapan dalam menghadapi pilkada serentak di

Kabupaten Barru bahwa pemilih pemula sudah mampu memanfaatkan media sosial untuk berpartisipasi dalam aktifitas politik di media sosial seperti mendukung calon kandidat tertentu. Hal ini terlihat dari aktifnya dan banyaknya postingan mengenai pilkada baik itu di grup facebook maupun grup lain yang sifatnya online. Meskipun postingan tersebut tidak didominasi oleh pemilih pemula setidaknya pemilih pemula sudah dapat menerima informasi tersebut.

d. Komunitas

Komunitas, menciptakan sebuah ruang di Facebook, Whatsapp dan instagram yang menggabungkan seseorang yang memiliki tujuan atau hobi yang sama. Untuk mengetahui indikator komunitas diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator komunitas dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.19 sampai 4.22 sebagai berikut.

Tabel 4.19 Komunitas dapat menghimpun anggota dengan tujuan yang sama.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	42	43.7	210
Setuju (S)	44	45.9	176
Ragu-Ragu (RR)	7	7.3	21
Tidak Setuju (TS)	3	3.1	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0	0
Jumlah Total	96	100	413

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan diatas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 44 responden atau sebesar 45.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden atau

sebesar 3.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula sudah memanfaatkan media sosial untuk membentuk komunitas yang khusus membahas masalah pilkada di grup Facebook, hal ini tentu memudahkan masyarakat khususnya pemilih pemula untuk dapat berkomunikasi dan mengenal hal-hal yang berkaitan pilkada serentak tahun2020 dikabupaten Barru.

Tabel 4.20 Komunitas di media sosial memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai pilkada.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	34	35.4	170
Setuju (S)	48	50	192
Ragu-Ragu (RR)	11	11.4	33
Tidak Setuju (TS)	2	2.1	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	400

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 48 responden atau sebesar 50% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula memanfaatkan komunitas atau grup di media sosial untuk memperoleh informasi mengenai pilkada, hal itu berupa visi dan misi calon dan beberapa program unggulan, tentu masyarakat khusunya pemilih pemula dapat memperoleh informasi dan mempengaruhi perilakunya terhadap apa yang dipilihnya.

Tabel 4.21 Komunitas di media sosial sangat berperan positif terhadap pilkada.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	46	47.9	230
Setuju (S)	34	35.4	136
Ragu-Ragu (RR)	8	8.3	23
Tidak Setuju (TS)	4	4.2	8
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	401

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 46 responden atau sebesar 47.9% dan jawaban yang terendah adalah jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu masing-masing sebanyak 4 responden atau sebesar 4.2%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, komunitas di media sosial sangat bermanfaat aktif untuk memberikan informasi-informasi secara massif mengenai pilkada. Informasi tersebut berisikan riwayat kepemimpinan calon bupati dan wakil bupati dan juga program kerja unggulan serta janji-janji kampanye apabila calon tersebut terpilih, hal ini tentu sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususya pemilih pemula dalam menentukan perilakunya dalam memilih pemimpin kepala daerah.

Tabel 4.22 Membuat kelompok di media sosial dapat mempermudah untuk berdiskusi mengenai pilkada.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	40	41.7	200
Setuju (S)	37	38.5	148
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Setuju (TS)	4	4.2	8
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	397

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 40 responden atau sebesar 41.7% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 2 responden atau sebesar 2.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula sudah mampu memanfaatkan komunitas di media sosial sebagai wadah untuk berdiskusi mengenai pilkada. Wadah tersebut berupa grup facebook yang berisikan informasi mengenai calon bupati dan wakil bupati dan juga berisikan beberapa program kerja unggulan calon kandidat serta visi dan misinya. Berdasarkan hasil analisis data pada pernyataan di atas dalam indikator komunitas pada variabel media sosial dapat disimpulkan pada tabel 4.23 sebagai berikut:

Tabel 4.23 : Indikator Komunitas

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Komunitas dapat menghimpun anggota dengan tujuan yang sama	43.7	45.9	7.3	3.1	0	86
Komunitas di media sosial memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai pilkada.	35.4	50	11.4	2.1	1.1	83
Komunitas di media sosial sangat berperan positif terhadap Pilkada.	47.9	35.4	8.3	4.2	4.2	83
Membuat kelompok di media sosial dapat mempermudah untuk berdiskusi mengenai Pilkada.	41.7	38.5	13.5	4.2	2.1	82
Rata-Rata (%)	42.2	42.4	10.2	3.4	1.8	334

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator komunitas dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 42.4% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 1.8% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan komunitas pada variabe (X) Media sosial antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{334}{4} = 83.5$$

Dari hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator komunitas dari variabel (X) yaitu sebesar 83.5 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori sangat baik. Meskipun berada pada kategori sangat baik, namun berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula belum sepenuhnya memanfaatkan komunitas di media sosial sebagai wadah untuk memperoleh informasi atau saling bertukar pikiran mengenai pilkada serentak di media social ini terlihat dari hasil observasi peneliti jarang menemui pemilih pemula yang memposting mengenai pilkada, pemilih pemula cenderung menjadi penonton..

e. Saling Terhubung

Saling Terhubung, dapat menciptakan sebuah jaringan yang menghubungkan semua orang diseluruh dunia melalui Facebook, Whatsapp dan instagram. Untuk mengetahui indikator saling terhubung diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari

ke 96 responden terhadap sub indikator saling terhubung dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.24 sampai 4.27 sebagai berikut.

Tabel 4.24 Media sosial memudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain mengenai pemilu.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	26	27.1	130
Setuju (S)	53	53.5	212
Ragu-Ragu (RR)	13	13.1	39
Tidak Setuju (TS)	4	4.2	8
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	391

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 53 responden atau sebesar 53,5%. Sedangkan jawaban yang terendah adalah sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentasi 2,1%.

Adapun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, banyak masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk saling berkomunikasi mengenai pilkada di dunia maya, ini terlihat dari banyaknya komentar yang terlihat di postingan yang berkaitan dengan calon kandidat, namun sangat jarang ditemui akun pemilih pemula yang terlibat aktif dengan akun calon kandidat maupun postingan yang mengenai tentang pilkada.

Tabel 4.25 Media sosial dapat mempererat hubungan masyarakat dengan calon kandidat.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	27	28.1	135
Setuju (S)	43	44.8	172
Ragu-Ragu (RR)	15	15.6	45
Tidak Setuju (TS)	8	8.4	16
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	371

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 43 responden atau sebesar 44.8% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 3 responden atau sebesar 3.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti lapangan, informasi mengenai calon kandidat mudah diakses melalui media sosial yang membuat masyarakat khususnya pemilih pemula merasa lebih dekat dengan calon kandidat dan juga bisa membandingkan program kerja calon kandidat A dan juga calon kandidat B. Namun berdasarkan hasil observasi peneliti hal ini tidak sepenuhnya dapat merubah perilaku pemilih pemula.

Tabel 4.26 Media sosial memudahkan masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	33	34.4	165
Setuju (S)	33	34.4	132
Ragu-Ragu (RR)	20	20.8	60
Tidak Setuju (TS)	9	9.3	18
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	376

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dan setuju dengan memperoleh tanggapan sebanyak 33 responden dengan presentasi masing-masing 34.4% dan jawaban yang terendah adalah jawaban sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat khususnya pemilih pemula dapat memanfaatkan media sosial untuk saling mengenal dengan orang lain dan mengenal calon kandidat dalam pilkada serentak dikabupaten Barru, serta memperhatikan visi dan misi calon kandidan yang bisa dilihat melalui media sosial.

Tabel 4.27 Media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan orang lain.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	35	36.4	175
Setuju (S)	41	42.8	164
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Setuju (TS)	3	3.1	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.2	4
Jumlah Total	96	100	388

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 41 responden atau sebesar 42.8%. sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 3 responden dengan presentasi 3.1%.

Adapaun berdasarkan hasil pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat sudah mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi sehari-hari, namun pemilih pemula hanya menjadi penonton saja dalam bermedia sosial. Berdasarkan hasil analisis data pada pernyataan di atas dalam indikator percakapan pada variabel media sosial dapat disimpulkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.28 : Saling Terhubung

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Media sosial memudahkan untuk berinteraksi dengan orang mengenai media sosial	27.1	53.5	13.1	4.2	2.1	81
Media sosial dapat mempererat hubungan masyarakat dengan calon kandidat	28.1	44.8	15.6	8.4	3.1	77
Media sosial memudahkan masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain	34.4	34.4	20.8	9.3	1.1	78
Media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan orang lain.	36.4	42.8	13.5	3.1	4.2	80
Rata-Rata (%)	31.5	43.9	15.8	6.2	2.6	316

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator saling terhubung dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 43.9% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 2.6% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan saling terhubung pada variabe (X) Media sosial antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{316}{4} = 79$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator saling terhubung dari variabel (X) yaitu sebesar 79. Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Meskipun berada pada kategori baik, namun berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan masyarakat belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk membangun komunikasi dan menciptakan percakapan di media sosial hal inilah yang membuat mereka sulit untuk saling terhubung mengenai pilkada

serentak melalui media sosial.

Hasil analisis deskriptif statistik penelitian dalam dimensi Media Sosial dengan mengacu pada 5 (lima) indikator utama dengan instrumennya masing-masing. Maka, selanjutnya menyatukan nilai rata-rata dari variabel media sosial dalam penelitian ini dapat diperoleh hasil akhir dari penggunaan media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.

Maka adapun hasil analisis penggunaan media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru dilihat pada tabel 4.29 sebagai berikut:

Tabel 4.29 : Variabel Medial Sosial

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS		S		RR		TS		STS		SKOR
	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	
Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkampanye di dunia maya.	26	27.2	53	55.1	13	13.5	0	0	4	4.2	346
Postingan calon kandidat di media sosial sangat menarik perhatian masyarakat.	27	28.1	43	44.9	15	15.6	8	8.3	3	3.1	371
Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menanggapi postingan calon kandidat di dunia maya.	33	34.4	33	34.4	20	20.8	9	9.3	1	1.1	376
Media sosial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mendukung calon kandidat pilihanya di dunia maya.	35	36.4	41	42.8	13	13.5	3	3.1	4	4.2	388
Media sosial adalah alat komunikasi yang mudah diakses oleh	36	37.5	29	30.2	21	21.9	8	8.3	2	2.1	377

semua kalangan.											
Masyarakat dapat mempoting gambar dan tulisan mengenai calon kandidat di media sosial.	31	32.2	50	52.1	12	12.5	2	2.1	1	1.1	396
Informasi di media sosial sangat membantu dalam mengetahui calon kandidat	27	28.1	49	51.1	16	16.6	1	1.1	3	3.1	384
Postingan- postingan mengenai pemilu di media sosial sangat mudah diakses.	25	26.1	52	54.1	15	15.6	1	1.1	3	3.1	383
Media sosial dapat digunakan sebagai ajang berdiskusi dan berkomunikasi mengenai pilkada.	35	36.5	51	53.1	6	6.2	0	0	4	4.2	401
Komentar-komentar masyarakat di media sosial seringkali menjatuhkan calon kandidat.	36	37.5	45	46.9	9	9.3	2	2.1	4	4.2	395
Saling berkomentar di media sosial dapat mempererat hubungan peserta pilkada.	33	34.4	45	46.9	13	13.5	3	3.1	2	2.1	392
Masyarakat sebaiknya memberikan komentar positif mengenai pemilu di media sosial.	34	35.4	47	48.9	14	14.6	1	1.1	0	0	402
Komunitas dapat menghimpun anggota dengan tujuan yang sama	42	43.7	44	45.9	7	7.3	3	3.1	0	0	413
Komunitas di media sosial memudahkan untuk memperoleh informasi mengenai pilkada.	34	35.4	48	50	11	11.4	2	2.1	1	1.1	400
Komunitas di media sosial sangat berperan positif terhadap	46	47.9	34	35.4	8	8.3	4	4.2	4	4.2	401

ilkada.											
Membuat kelompok di media sosial dapat mempermudah untuk berdiskusi mengenai ilkada.	40	41.7	37	38.5	13	13.5	4	4.2	2	2.1	397
Media sosial memudahkan untuk berinteraksi dengan orang mengenai media sosial	26	27.1	53	53.5	13	13.1	4	4.2	2	2.1	391
Media sosial dapat mempererat hubungan masyarakat dengan calon kandidat	27	28.1	43	44.8	15	15.6	8	8.4	3	3.1	371
Media sosial memudahkan masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain	33	34.4	33	34.4	20	20.8	9	9.3	1	1.1	376
Media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan orang lain.	35	36.4	41	42.8	13	13.5	3	3.1	4	4.2	388
TOTAL SKOR											7748
RATA-RATA											387

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Pada tabel 4.29 di atas, tanggapan responden tentang media sosial dengan total skor 7748 atau dengan rata-rata skor 387 dari 20 item pernyataan yang didapatkan pada kelima indikator. Adapun skor tertinggi dari setiap item pernyataan diberi skor 5 dan skor terendah setiap item pernyataan diberi skor 1. Untuk mengetahui skor maximum variabel media sosial (X) adalah sebagai berikut:

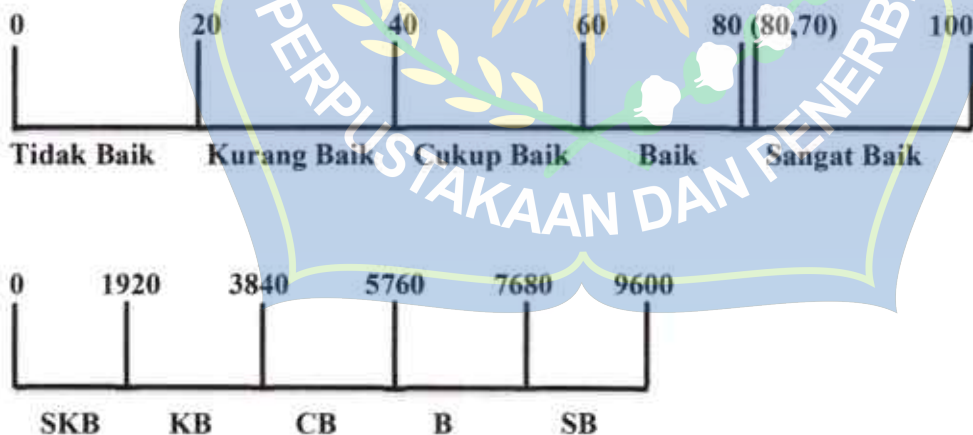
Skor Maximum = Skor tertinggi item pernyataan x N x Item pernyataan

$$= 5 \times 96 \times 20$$
$$= 9600$$

Berdasarkan hasil penelitian media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru adapun jumlah skor hasil perolehan dalam pengumpulan data kusioner penelitian diperoleh 7748. Maka dengan demikian tanggapan 96 responden terhadap pengguna media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru yaitu;

$$\frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\% = \frac{7748}{9600} \times 100\% = 80,70\%$$

Jadi, pengguna media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru sebesar 80,70% dari kriteria yang ditetapkan mengacu pada ke lima indikator penilaian. Apabila di interpretasikan maka nilai 80,70% berada pada penilaian sangat baik. Sedangkan nilai 7748 termasuk dalam kategori interval sangat baik. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



Keterangan:

Sangat Kurang Baik (SKB)	= 1	= 1 × 96 × 20 = 1920
Kurang Baik (KB)	= 2	= 2 × 96 × 20 = 3840
Cukup Baik (CB)	= 3	= 3 × 96 × 20 = 5760
Baik (B)	= 4	= 4 × 96 × 20 = 7680
Sangat Baik (SB)	= 5	= 5 × 96 × 20 = 9600

Berdasarkan hasil penelitian pengguna media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru mendapatkan hasil sebesar 80,70% yang menunjukkan bahwa pelaksanaan responden pada variabel X “Media Sosial” berada pada penilaian sangat baik. Menurut pengamatan peneliti, hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru sudah termasuk sangat baik dari perolehan nilai sebesar 80,70%.

Dengan hasil yang diperoleh pada variabel X, hal tersebut menggambarkan bahwa pengguna media sosial dalam menghadapi pilkada serentak di Kabupaten Barru sangat berpengaruh, hal tersebut dibuktikan pada tanggapan responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan pada saat peneliti berada dilapangan dan melihat langsung keadaan situasi politik.

Antony mayfield dalam Hamzah Nasution (2015) yang membagi indikator media sosial antara lain ; partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, saling terhubung, sudah sepenuhnya terlihat hal ini mengacu pada hasil kuesioner yang dibagikan peneliti didominasi dengan jawaban sangat setuju dan setuju.

2. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru.

Prilaku Pemilih adalah Perilaku Pemilih pemula merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih dengan

reaksi individu dalam pemberian hak suara dan melakukan pertimbangan secara mendalam dan memiliki tolak ukur penilaian

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dalam penelitian, maka tahap selanjutnya dilakukan analisis data tentang variabel perilaku pemilih pemula. Adapun indikator perilaku pemilih pemula adalah menjadi pemilih rasional kalkulatif, pemilih primodial, pemilih pragmatis, pemilih emosional. Dengan demikian, penelitian ini memperoleh hasil tentang tanggapan responden berdasarkan indikator yang diteliti, yaitu :

e. Pemilih Rasional Kalkulatif

Pemilih rasional kalkulatif pemilih tipe ini adalah pemilih yang memutuskan pilihan politiknya berdasarkan perhitungan rasional dan logika. Biasanya pemilih ini berasal dari golongan masyarakat yang terdidik atau relatif tercerahkan dengan informasi yang cukup sebelum menjatuhkan pilihannya.

Untuk mengetahui indikator Pemilih rasional kalkulatif dapat diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator Pemilih rasional kalkulatif dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.30 sampai 4.34 sebagai berikut.

Tabel.4.30 Ikut memilih berdasarkan penilaian visi dan misi.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	45	46.9	225
Setuju (S)	39	40.6	156
Ragu-Ragu (RR)	10	10.4	30
Tidak Setuju (TS)	2	2.1	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0	0

Jumlah Total	96	100	415
---------------------	-----------	------------	------------

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan 45 responden atau sebesar 46.9%, sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentasi 2.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau khususnya pemilih pemula yang sudah memenuhi syarat sebagai peserta pilkada mereka ikut memilih calon berdasarkan dengan melihat visi dan misi setiap calon dan juga program kerja unggulan, pemilih seperti ini merupakan pemilih yang cerdas karena rasional dalam menentukan pilihan.

Tabel.4.31 Memilih dengan melihat trik record calon

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	29	30.3	145
Setuju (S)	52	54.1	208
Ragu-Ragu (RR)	4	4.1	12
Tidak Setuju (TS)	6	6.2	12
Sangat Tidak Setuju (STS)	5	5.3	5
Jumlah Total	96	100	385

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 52 responden atau sebesar 54.1%. sedangkan jawaban terendah berada pada ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan presentasi 4.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat khususnya pemilih pemula sudah memiliki gambaran atau kriteria calon yang

bakal didukung atau dipilih dengan melihat trik record atau kinerjanya sebelum mencalonkan.

Tabel.4.32 Mampu membedakan calon visioner.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	34	35.4	170
Setuju (S)	45	46.9	180
Ragu-Ragu (RR)	11	11.5	33
Tidak Setuju (TS)	3	3.1	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	395

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 45 responden atau sebesar 46.9%, sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan masing-masing memperoleh sebanyak 3 responden dengan presentasi 3.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa sebagai pemilih pemula mereka mampu membedakan calon yang visioner dan calon yang memang betul membela kepentingan masyarakat kabupaten Barru.

Tabel.4.33 Menggunakan hak pilih karena sadar sebagai warga Negara.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	32	33.3	160
Setuju (S)	54	56.2	216
Ragu-Ragu (RR)	9	9.4	27
Tidak Setuju (TS)	0	0	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	404

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh

tanggapan 54 responden atau sebesar 56.2%. sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula sudah menggunakan hak suaranya dengan baik karena sadar sebagai warga negara, tanpa menjadi bagian dari golput.

Tabel 4.34 : Pemilih Rasional Kalkulatif

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Ikut memilih berdasarkan penilaian visi dan misi.	46.9	40.6	10.4	2.1	0	86
Memilih dengan melihat trik record calon.	30.3	54.1	4.1	6.2	5.3	80
Mampu membedakan calon visioner.	35.4	46.9	11.5	3.1	3.1	82
Menggunakan hak pilih karena sadar sebagai warga Negara.	33.3	56.2	9.4	0	1.1	84
Rata-rata (%)	36.5	49.4	8.9	2.8	2.4	332

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator pemilih rasional kalkulatif dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 49.4% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 2.4% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan pemilih rasional kalkulatif pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{332}{4} = 83$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor

keseluruhan sub pemilih rasional kalkulatif pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula yaitu sebesar 83 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori sangat baik. Meskipun berada pada kategori sangat baik, namun berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat atau pemilih pemula sepenuhnya memutuskan pilihan politiknya berdasarkan perhitungan rasional dan logika dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk memperoleh informasi atau saling bertukar pikiran mengenai pilkada serentak di media sosial.

f. Pemilih Primordial

Pemilih primordial, pemilih yang menjatuhkan pilihannya lebih dikarenakan alasan primordialisme. Seperti alasan agama, suku, ataupun keturunan. Pemilih yang termasuk kedalam tipe ini biasanya sangat mengganggu simbol-simbol yang mereka anggap luhur. Pemilih tipe ini lebih banyak berdomisili diperkampungan.

Untuk mengetahui indikator Pemilih Primordial dapat diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator Pemilih Primordial dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.35 sampai 4.39 sebagai berikut.

Tabel 4.35 Memilih karena ada hubungan keluarga/kerabat.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	39	40.6	195
Setuju (S)	40	41.6	160
Ragu-Ragu (RR)	16	16.7	48
Tidak Setuju (TS)	0	0	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	404

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 40 responden atau sebesar 41.6%, sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena ada hubungan keluarga/kerabat.

Tabel 4.36 Memilih karena berdasarkan suku dan agama.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	30	31.2	150
Setuju (S)	47	48.9	188
Ragu-Ragu (RR)	12	12.5	36
Tidak Setuju (TS)	5	5.3	10
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	386

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan 47 responden atau sebesar 48.9%, sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentasi 2.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena salah satu calon merupakan satu suku, agama bahkan budaya, perilaku pemilih seperti ini sangat didentik dengan perilaku pemilih yang Primordial.

Tabel 4.37 Menggunakan hak pilihan karena suruhan orang lain.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	23	23.9	115
Setuju (S)	52	54.2	208
Ragu-Ragu (RR)	14	14.6	42
Tidak Setuju (TS)	1	1.1	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	6	6.2	6
Jumlah Total	96	100	373

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 52 responden atau sebesar 54.2%. sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena berdasarkan suruhan orang lain baik itu tim sukses, keluarga atau orang disekelilingnya.

Tabel 4.38 Memilih karena kelompok atau daerahnya.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	32	33.3	160
Setuju (S)	35	36.4	140
Ragu-Ragu (RR)	19	19.8	57
Tidak Setuju (TS)	9	9.4	18
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	376

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 35 responden atau sebesar 36.4%. sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena calon

merupakan satu kelompok atau sederhana dengan calon sehingga ikut berpartisipasi dalam pilkada serentak. Berdasarkan hasil observasi peneliti juga menemukan apabila suatu wilayah didominasi oleh salah satu calon maka perilaku pemilih pemula dapat dipengaruhi sehingga pemilih pemula tersebut ikut pada suara mayoritas yang ada pada lingkungannya.

Tabel 4.39. : Pemilih Primordial

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Memilih karena ada hubungan keluarga/kerabat.	40.6	41.6	16.7	0	1.1	84
Memilih karena berdasarkan suku dan agama.	31.2	48.9	12.5	5.3	2.1	80
Menggunakan hak pilihan karena suruhan orang lain.	23.9	54.2	14.6	1.1	6.2	77
Memilih karena kelompok atau daerahnya.	33.3	36.3	19.8	9.4	1.1	78
Rata-rata (%)	32.2	45.2	16.1	3.9	2.6	319

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator pemilih primordial dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 45,2% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 2,6% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan pemilih primordial pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{319}{4} = 79.75$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator pemilih primordial pada variabe (Y) Perilaku

Pemilih Pemula yaitu sebesar 79.75 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat atau pemilih pemula yang menjatuhkan pilihannya dengan alasan agama, suku, ataupun keturunan serta dominasi tempat pemilih pemula itu tinggal merupakan pemilih yang primordial karena menjatuhkan pilihannya pada libih dikarenakan alasan primordialisme yaitu seperti alasan agama, suku ataupun keturunan para calon yang ikut dalam pilkada serentak 2020 di kabupaten Barru .

g. Pemilih Pragmatis

Pemilih pragmatis, pemilih tipe ini biasanya lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan untung dan rugi. Suara mereka akan diberikan kepada kandidat yang bisa mendatangkan keuntungan sesaat secara pribadi kepada mereka. Biasanya mereka juga tidak begitu peduli dan sama sekali tidak kritis dengan integritas dan visi misi yang dibawa kandidat.

Untuk mengetahui indikator Pemilih Pragmatis dapat diukur melalui sub indikator dalam empat pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator Pemilih Pragmatis dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.40 sampai 4.44 sebagai berikut.

Tabel 4.40 Memilih karena adanya mony politik.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	35	36.5	175
Setuju (S)	30	31.2	120
Ragu-Ragu (RR)	21	21.9	63
Tidak Setuju (TS)	8	8.3	16
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	376

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan 35 responden atau sebesar 36.5%, sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentasi 2.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena salah satu calon melakukan money politik untuk kemengannya di pilkada serentak. Biasanya pemilih seperti ini tidak memperhatikan dampak dari money politik.

Tabel 4.41 Memilih berdasarkan janji politik dan jabatan.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	26	27.1	130
Setuju (S)	52	54.2	208
Ragu-Ragu (RR)	13	13.5	39
Tidak Setuju (TS)	3	3.1	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.1	2
Jumlah Total	96	100	385

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 52 responden atau sebesar 54.2%, sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentasi 2.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena mendapat janji ketika terpilih atau karena jabatannya takut dilengser. Tapi pemilih pemula tidak berfokus pada jabatan yang dijanjikan, pemilih pemula justru fokus pada hal-hal yang dijanjikan berupa penyediaan wi-fe gratis dan sarana dan prasarana olahraga.

Tabel 4.42 Memilih karena suka dan tidak suka.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	31	32.3	155
Setuju (S)	45	46.9	180
Ragu-Ragu (RR)	15	15.6	45
Tidak Setuju (TS)	1	1.1	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4.1	4
Jumlah Total	96	100	386

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju atau suka dengan memperoleh tanggapan 45 responden atau sebesar 46.9%, sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena hanya berdasarkan suka/panutan kepada salah satu calon dalam pilkada tanpa memperhatikan visi misinya dan beberapa program kerja calon kandidat, biasanya pemilih pemula dipengaruhi faktor lingkungan apabila dalam lingkungan tersebut didominasi calon A maka pemilih pemula juga memilih calon A.

Tabel 4.43 Menggunakan hak pilihan karena permintaan tokoh masyarakat sekitar

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	19	19.8	95
Setuju (S)	55	57.3	220
Ragu-Ragu (RR)	15	15.7	45
Tidak Setuju (TS)	4	4.1	8
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	371

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh

tanggapan 55 responden atau sebesar 57.3%. sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan presentasi 3.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa masyarakat atau pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena atas permintaan tokoh masyarakat disekirnya sehingga ikut dalam pesta demokrasi hal ini juga berdampak pada penentuan pilihan pemilih pemula.

Tabel 4.44. : Pemilih Pragmatis

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Memilih karena adanya many politik.	36.5	31.2	21.9	8.3	2.1	78
Memilih berdasarkan janji politik dan jabatan.	27.1	54.2	13.5	3.1	2.1	80
Memilih karena suka dan tidak suka.	32.3	46.9	15.6	1.1	4.1	80
Menggunakan hak pilihan karena permintaan tokoh masyarakat sekitar	19.8	57.3	15.7	4.1	3.1	77
Rata-rata (%)	28.4	47.2	15.5	4.1	4.8	315

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator pemilih pragmatis dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 47.2% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 4.1% responden memberikan penilaian tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan pemilih pragmatis pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{315}{4} = 78.75$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikator pemilih pragmatis pada variabel (Y) Perilaku Pemilih Pemula yaitu sebesar 78.75 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Berdasarkan pengamatan peneliti lapangan, masyarakat atau pemilih yang menjatuhkan pilihannya karena dipengaruhi oleh pertimbangan untung dan rugi. mereka akan memberikan suara kepada kandidat yang bisa mendatangkan keuntungan sesaat secara pribadi kepada mereka tanpa memperhatikan visi misi calon kandidat dan juga beberapa program kerja unggulan, umumnya pemilih pemula sangat mudah dipengaruhi hal ini tentu berdampak positif terhadap partisipasi pemilih pemula namun sangat buruk karena dalam prakteknya sangat tidak etis dan jauh dari kata pendidikan politik.

h. Pemilih Emosional

Kelompok pemilih ini cenderung memutuskan pilihan politiknya karena alasan perasaan. Pilihan politik yang didasari rasa iba, misalnya adalah pilihan yang emosional. Atau pilihan dengan alasan romantisme, seperti kagum dengan ketampanan atau kecantikan kandidat, misalnya juga termasuk kategori pilihan emosional. Kebanyakan mereka biasanya berasal dari kalangan hawa atau atau pemilih pemula.

Untuk mengetahui indikator Pemilih Emosional dapat diukur melalui sub indikator dalam tiga pernyataan. Untuk mendeskripsikan pernyataan dari ke 96 responden terhadap sub indikator Pemilih Emosional dapat dilihat dalam pengolahan data pada tabel 4.45 sampai 4.48 sebagai berikut.

Tabel 4.45 Ikut serta memilih karena didasari rasa iba dan kagum.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	23	23.9	115
Setuju (S)	46	47.9	184
Ragu-Ragu (RR)	15	15.7	45
Tidak Setuju (TS)	9	9.4	18
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3.1	3
Jumlah Total	96	100	365

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 46 responden atau sebesar 47.9%. sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan presentasi 3.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena didasari rasa iba dan kagum kepada salah satu calon yang ikut dalam pilkada serentak. Meskipun kebanyakan pemilih pemula tidak melihat itu hanya mendengar dan dari hasil melihat postingan calon sehingga pemilih pemula menentukan perilakunya.

Tabel 4.46 Memilih berdasarkan gaya kepemimpinan atau ketokohnya.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	30	31.2	150
Setuju (S)	35	36.4	140
Ragu-Ragu (RR)	19	19.8	57
Tidak Setuju (TS)	11	11.5	22
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.1	1
Jumlah Total	96	100	370

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban setuju dengan memperoleh tanggapan 35 responden atau sebesar 36.4%. sedangkan jawaban terendah berada pada sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentasi 1.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena berdasarkan gaya kepemimpinan atau ketokohnya salah satu calon yang ikut dalam pilkada serentak. Hal ini terlihat dari adanya calon bupati yang memiliki usia cukup muda sehingga perilaku pemilih pemula merasa calon tersebut memperjuangkan hak mereka.

Tabel 4.47 Menggunakan hak pilihan dalam pilkada dengan sukarela.

Item Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju (SS)	42	43.7	210
Setuju (S)	39	40.7	156
Ragu-Ragu (RR)	11	11.5	33
Tidak Setuju (TS)	4	4.1	8
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0	0
Jumlah Total	96	100	407

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan di atas didominasi dengan jawaban sangat setuju dengan memperoleh tanggapan 42 responden atau sebesar 43.7%. sedangkan jawaban terendah berada pada tidak setuju sebanyak 4 responden dengan presentasi 4.1%.

Adapun hasil pengamatan peneliti di lapangan bahwa pemilih pemula biasanya ikut menggunakan hak suaranya karena sukarela dalam berpartisipasi pada pilkada serentak pemilih seperti ini umumnya sudah menyadari bahwa pentingnya hak suara mereka dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Barru. Pemilih seperti ini biasanya sangat rasional dalam menentukan pilihannya.

Tabel 4.48. : Pemilih Emosional

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS (%)	S (%)	RR (%)	TS (%)	STS (%)	JUMLAH SKOR
Ikut serta memilih karena didasari rasa iba dan kagum.	23.9	47.9	15.7	9.4	3.1	76
Memilih berdasarkan gaya kepemimpinan atau ketokohnya.	31.2	36.4	19.8	11.5	1.1	77
Menggunakan hak pilihan dalam pilkada dengan sukarela.	43.7	40.7	11.5	4.11	0	84
Rata-rata (%)	32.9	41.7	15.7	8.3	1.4	237

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

Hasil analisis deskriptif tentang indikator pemilih emosional dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata dari responden paling tinggi yakni 41.7% responden memberikan penilaian setuju, sedangkan penilaian rata-rata responden paling terendah yakni 1.4% responden memberikan penilaian sangat tidak setuju.

Jadi adapun hasil dari jumlah skor sub indikator pernyataan pemilih emosional pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula antara lain sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Jumlah item}} = \frac{237}{3} = 79$$

Dari hasil di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah skor keseluruhan sub indikotor pemilih emosional pada variabe (Y) Perilaku Pemilih Pemula yaitu sebesar 79 Sehingga dapat dikategorikan berada pada kategori baik. Berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat atau pemilih pemula memutuskan pilihan politiknya karena alasan perasaan emosional yang terpancar dari sebuah kontestan atau kandidat yang ditunjukkan oleh kebijakan politik yang ditawarkan.

Hasil analisis deskriptif statistik penelitian dalam dimensi perilaku pemilih pemula dengan mengacu pada 4 (empat) indikator utama dengan instrumennya masing-masing. Maka, selanjutnya menyatukan nilai rata-rata dari variabel perilaku pemilih pemula dalam penelitian ini dapat diperoleh hasil akhir dari perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru. Maka adapun hasil analisis perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru dilihat pada tabel 4.49 sebagai berikut:

Tabel 4.49 : Variabel Perilaku Pemilih Pemula

ITEM-ITEM INSTRUMEN	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH SKOR
	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	Σ	(%)	
kut memilih berdasarkan penilaian visi dan misi.	45	46.9	39	40.6	10	10.4	2	2.1	0	0	415
Memilih dengan melihat trik record calon.	29	30.3	52	54.1	4	4.1	6	6.2	5	5.3	385
Mampu membedakan calon visioner.	34	35.4	45	46.9	11	11.5	3	3.1	3	3.1	395
Menggunakan hak pilih karena sadar sebagai warga Negara.	32	33.3	54	56.2	9	9.4	0	0	1	1.1	404
Memilih karena ada hubungan keluarga/kerabat.	39	40.6	40	41.6	16	16.7	0	0	1	1.1	404
Memilih karena berdasarkan suku dan agama.	30	31.2	47	48.9	12	12.5	5	5.3	2	2.1	386
Menggunakan hak pilihan karena suruhan orang lain.	23	23.9	52	54.2	14	14.6	1	1.1	6	6.2	373
Memilih karena kelompok atau	32	33.3	35	36.3	19	19.8	9	9.4	1	1.1	376

aerahnya.											
Memilih karena danya many politik.	35	36.5	30	31.2	21	21.9	8	8.3	2	2.1	376
Memilih berdasarkan anji politik dan abatan.	26	27.1	52	54.2	13	13.5	3	3.1	2	2.1	385
Memilih karena suka an tidak suka.	31	32.3	45	46.9	15	15.6	1	1.1	4	4.1	386
Menggunakan hak ilihan karena ermintaan tokoh nasyarakat sekitar	19	19.8	55	57.3	15	15.7	4	4.1	3	3.1	371
kut serta memilih arena didasari rasa ba dan kagum.	23	23.9	46	47.9	15	15.7	9	9.4	3	3.1	365
Memilih berdasarkan gaya kepemimpinan tau ketokohnya.	30	31.2	35	36.4	19	19.8	11	11.5	1	1.1	370
Menggunakan hak ilihan dalam pilkada dengan ukarela.	42	43.7	39	40.7	11	11.5	4	4.11	0	0	407
TOTAL SKOR											5798
RATA-RATA											386

Sumber: Hasil penelitian (data primer), 2020.

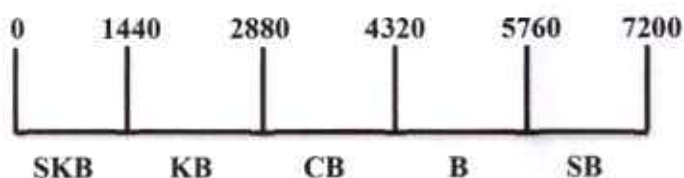
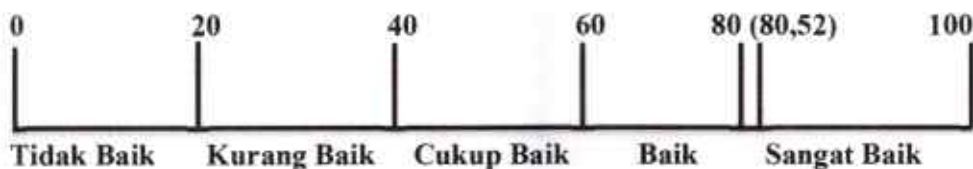
Berdasarkan data pada tabel 4.49 hasil penelitian pada dimensi perilaku pemilih pemula dengan pengukuran 4 (empat) indikator yaitu; Pemilih rasional kalkulatif, pemilih primodial, pemilih pragmatis, dan pemilih emosional dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru maka penilaian hasil analisis variabel perilaku pemilih pemu dari 96 responden diperoleh skor perolehan sebanyak 578 dengan rata-rata 386 dari 15 (lima belas) pernyataan didapatkan pada empat indikator. Adapun skor tetinggi dari setiap item pernyataan diberi skor 5. Untuk mengetahui skor maximum variabel media sosial (X) adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Maximum} &= \text{Skor tertinggi item pernyataan} \times N \times \text{Item Pernyataan} \\
 &= 5 \times 96 \times 15 \\
 &= 7200
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil penelitian perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru adapun jumlah skor hasil perolehan dalam pengumpulan data kusioner penelitian diperoleh 5798. Maka dengan demikian tanggapan 96 responden terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru yaitu;

$$\frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\% = \frac{5798}{7200} \times 100\% = 80,52\%$$

Jadi, perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru sebesar 80,52% dari kriteria yang ditetapkan mengacu pada ke empat indikator penilaian. Apabila di interpretasikan maka nilai 80,52% berada pada penilaian sangat baik. Sedangkan nilai 5798 termasuk dalam kategori interval sangat baik. Secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



Keterangan:

Sangat Kurang Baik (SKB)	= 1	= $1 \times 96 \times 15 = 1440$
Kurang Baik (KB)	= 2	= $2 \times 96 \times 15 = 2880$
Cukup Baik (CB)	= 3	= $3 \times 96 \times 15 = 4320$
Baik (B)	= 4	= $4 \times 96 \times 15 = 5760$
Sangat Baik (SB)	= 5	= $5 \times 96 \times 15 = 7200$

Berdasarkan hasil penelitian perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru mendapatkan hasil sebesar 80.52% yang menunjukkan bahwa pelaksanaan responden pada variabel Y "perilaku pemilih pemula" berada pada penilaian sangat baik. Menurut pengamatan peneliti, hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru sudah termasuk sangat baik dari perolehan nilai sebesar 80.52%.

Dengan hasil yang diperoleh pada variabel Y hal tersebut menggambarkan bahwa perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru sangat berpengaruh, hal tersebut dibuktikan pada tanggapan responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan pada saat peneliti berada dilapangan dan melihat langsung keadaan situasi politik di kabuapten Barru. Hal ini sesuai dengan pendapat Eep saiful fatah dalam samiruddin dkk (2015) yang mengkategorikan pemilih pemula sebagai pemilih yang antara lain; pemilih rasional, pemilih primodial, pemilih paragmatis, dan juga pemilih emosional, dimana ada beragam perilaku pemilih pemula di Kabupaten barru ada yang rasional dalam memilih dan ada juga sangat paragmatis dimana pemilih seperti ini hanya mencari keuntungan sesaat tanpa melihat visi dan misi calon kandidat pada Pilkada serentak tahun 2020.

3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Menghadapi Pilkada Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Barru

Sebelum melakukan analisis regresi, keseluruhan data harus melalui uji validitas dan reliabilitas. Analisis pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian yang digunakan tersebut akurat dan dapat dipercaya, serta dapat diandalkan apabila digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

Melakukan pengujian validitas suatu instrumen kuesioner dapat digunakan metode statistik SPSS. Hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil bahwa pada umumnya rata-rata instrumen kuesioner sangat valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *r Product Moment* *r* tabel lebih besar dari 0.44 (valid). Ketentuan validitas suatu instrumen telah memenuhi syarat minimal sebesar 0.44 sebagai suatu instrumen yang dianggap valid. Untuk jelasnya, ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel uji validitas.

Tabel 4.50
Ringkasan Hasil Uji Validitas

No. Instrumen	r Hitung Media Sosial (X)	r Hitung Perilaku Pemilih Pemula (Y)	r Tabel	Keputusan
1	0.648	0.642	0.44	Valid
2	0.851	0.712	0.44	Valid
3	0.850	0.700	0.44	Valid
4	0.746	0.894	0.44	Valid
5	0.798	0.789	0.44	Valid
6	0.741	0.593	0.44	Valid
7	0.533	0.611	0.44	Valid
8	0.720	0.882	0.44	Valid
9	0.808	0.863	0.44	Valid
10	0.564	0.884	0.44	Valid
11	0.790	0.927	0.44	Valid
12	0.746	0.721	0.44	Valid
13	0.793	0.792	0.44	Valid

14	0.565	0.659	0.44	Valid
15	0.529	0.816	0.44	Valid
16	0.560		0.44	Valid
17	0.648		0.44	Valid
18	0.851		0.44	Valid
19	0.850		0.44	Valid
20	0.746		0.44	Valid

Sumber: Data setelah diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen untuk variabel media sosial dan perilaku pemilih pemula dinyatakan valid karena hasil uji menunjukkan nilai r hitung > r tabel. Selanjutnya untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Koefisien Reliabilitas (*Cronbach Alpha*). Hasil uji reliabilitas instrumen kuesioner sebagaimana yang terdapat dalam lampiran dapat disimpulkan dalam Tabel 4.53 berikut ini:

Tabel 4.51
Ringkasan Hasil Uji Reabilitas Media Sosial (X)

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.946	20		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	74.55	189.208	.610	.944
P2	74.55	184.050	.833	.941
P3	74.80	179.221	.826	.940
P4	74.80	179.958	.703	.943
P5	74.75	180.197	.767	.941
P6	74.65	183.713	.705	.942
P7	74.85	189.082	.473	.946
P8	74.65	188.555	.690	.943
P9	74.50	188.789	.789	.942
P10	74.80	188.274	.507	.946
P11	74.55	186.892	.767	.942
P12	74.50	187.421	.717	.942
P13	74.50	186.263	.769	.942
P14	74.80	189.642	.514	.945
P15	74.85	187.503	.462	.947
P16	74.60	187.516	.499	.946

P17	74.55	189.208	.610	.944
P18	74.55	184.050	.833	.941
P19	74.80	179.221	.826	.940
P20	74.80	179.958	.703	.943

Sumber: Data setelah diolah, 2020

Tabel 4.53 di atas, menunjukkan bahwa nilai alpha instrumen penelitian variabel Media Sosial pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai yang diisyaratkan, yaitu sebesar 0.946 atau lebih besar dari 0.700. Dengan demikian, keseluruhan instrumen kuesioner dalam penelitian ini adalah *reliable* (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat minimal. Berikut hasil ringkasan uji reliabilitas variabel perilaku pemilih pemula.

Tabel 4.52
Ringkasan Hasil Uji Reabilitas Perilaku Pemilih Pemula (Y)

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.949	15		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	56.30	119.695	.588	.948
P2	56.40	116.042	.658	.947
P3	56.80	115.958	.643	.948
P4	56.45	110.997	.872	.942
P5	56.65	112.345	.744	.945
P6	56.25	123.355	.548	.949
P7	56.05	124.576	.574	.949
P8	56.15	114.029	.861	.942
P9	56.20	111.326	.833	.943
P10	56.15	110.450	.858	.942
P11	56.40	111.411	.911	.941

P12	56.15	122.450	.692	.947
P13	56.00	119.158	.764	.945
P14	56.05	122.787	.622	.948
P15	56.20	111.853	.776	.944

Sumber: Data setelah diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.54 di atas, menunjukkan bahwa nilai alpha instrumen penelitian variabel perilaku pemilih pemula pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai yang diisyaratkan, yaitu sebesar 0.949 atau lebih besar dari 0.700. Dengan demikian, keseluruhan instrumen kuesioner dalam penelitian ini adalah *reliable* (dapat dipercaya) karena telah memenuhi syarat minimal.

Untuk melihat hasil pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru pada responden yang berjumlah sebanyak 96 orang yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 20.0. Adapun hasil analisis regresi sederhana dapat diperoleh seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.53
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.673	.670	4.385

a. Predictors: (Constant), Media_Sosial

Model summary diatas merupakan tabel untuk memperoleh informasi mengenai besarnya pengaruh dari variabel X terhadap Variabel Y, pengaruh tersebut disimbolkan dengan R (korelasi), seperti pada tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,820 yang artinya 82.0%.

Dari besar pengaruh variabel independen atau media sosial (X) terhadap variabel dependen perilaku pemilih pemula (Y) juga ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670 artinya 67.0% besar pengaruh variabel independen atau media sosial (X) terhadap variabel dependen atau perilaku pemilih pemula (Y) dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru. Dari hasil output tersebut berada pada tingkat baik hal tersebut juga dibuktikan dari kolom *Standard Error*, disitu tertera angka 4.385 jika nilai semakin mendekati 0 maka semakin akurat data yang diperoleh.

Hal ini berarti jika penggunaan media sosial dilakukan dengan baik maka perilaku pemilih pemula akan meningkat dengan baik juga. Sedangkan sisanya 33.0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian atau yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4.54
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	22.249		
		2.767	8.041	.000
	Media Sosial	.468	.034	.820
			13.913	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Pemilih_Pemula

Pada tabel *Coefficients* diatas digunakan untuk mengetahui output dari variabel yaitu dengan melihat nilai *Sig.* pada variabel, jika nilai *Sig.* lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya berpengaruh dan dengan membandingkan *t hitung* dan *t tabel* jika *t hitung* lebih besar dari *t tabel* maka kesimpulannya variabel tersebut berpengaruh, semakin kecil maka semakin berpengaruh. Adapun rumus model persamaan regresi linear sederhana yang digunakan

dalam menentukan besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 22.249 + 0,468 (0)$$

$$Y = 22.249$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai koefisien regresi (b) nilainya sebesar 22.249 yang menyatakan bahwa variabel independen atau media sosial (X) berpengaruh positif atau kuat pengaruhnya terhadap variabel dependen atau perilaku pemilih pemula (Y). Berdasarkan hasil t hitung > t tabel ($22.249 > 0.1689$) atau signifikan (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$ sehingga berarti H_a diterima. Hal ini berarti H_a media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru, dan juga berdasarkan dari perhitungan t hitung dengan t tabel yang menggambarkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel sehingga variabel X dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.55
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3722.062	1	3722.062	193.576	.000 ^b
	Residual	1807.428	94	19.228		
	Total	5529.490	95			

a. Dependent Variable: Perilaku_Pemilih_Pemula

b. Predictors: (Constant), Media_Sosial

Tabel *Anova* diatas digunakan untuk mengetahui informasi tentang berpengaruh tidaknya variabel X terhadap Variabel Y secara simultan (bersama-sama) dengan cara melihat nilai *Sig.* 0,05, jika dibawah 0,05 maka

variabel X dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel Y. Begitupun dengan pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dapat ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana antara variabel media sosial (X) terhadap variabel perilaku pemilih pemula (Y) dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru. Pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana mengacu pada dua hal yaitu :

- a. Jika nilai signifikan lebih kecil $< 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, maka H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikan lebih besar $> 0,05$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y, maka H_a ditolak.

Berdasarkan hasil analisis data statistik tabel 4.57 *Anova* tersebut digunakan untuk menentukan model persamaan regresi linear sederhana yang diketahui bahwa nilai F hitung = 193.576 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil $< 0,05$ maka variabel media sosial (X) kuat pengaruhnya terhadap variabel perilaku pemilih pemula (Y) dengan demikian dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak karena nilai Sig. lebih kecil dari 0,05.

D. Interpretasi Data

Berdasarkan interpretasi data pada tabel diatas dapat dilihat secara jelas bahwa penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang kuat terhadap perilaku pemilih pemula dalam mengahdapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabuapten Barru. Untuk penggunaan media sosial itu sendiri, sudah dimanfaatkan dengan baik, tapi masih sangat perlu diperhatikan untuk aspek pada penggunaan yang lainnya. Dalam penggunaan media sosial itu sendiri,

pemerintah dan lembaga pelaksana teknis pemilu telah menyediakan informasi diberbagai jejaring media sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, maupun *instagram* yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk dapat memperoleh informasi mengenai pemilu dengan mudah. Selain itu, media sosial memberikan akses kemudahan bagi masyarakat dalam menyalurkan berbagai bentuk aspirasi dan partisipasi misalnya membuat Komunitas Pemilih Pemula sebagai era milenial atau Komunitas lainnya di media sosial untuk menumbuhkan diskusi sehat mengenai pilkada serentak.

Pada hasil observasi dan penelitian yang telah dilakukan diperoleh informasi mengenai jumlah masyarakat atau pemilih pemula yang kerap menggunakan media sosial sebagai alat kebutuhan informasi dan komunikasi, diantaranya yakni didominasi oleh pengguna aktif *facebook* sebagai urutan teratas atau terbanyak, selanjutnya *whatsapp*, *instagram*. Namun dalam penggunaan media sosial sehari-hari, masih terdapat kekurangan-kekurangan yang menjadi penghambat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh informasi pemilihan umum, hal ini dapat dilihat masih kurangnya sosialisasi KPU atau penyelenggara pemilu yang menyediakan informasi di media sosial. Di sisi lain para pelaku politik terlibat aktif berkampanye di media sosial tanpa di landasi aturan yang mengikat, yang membuat para pelaku politik bebas aktif berkampanye dan seringkali bersifat negatif yang akan berdampak pada partisiapsi pemilih dan terciptanya iklim politik yang damai apalagi saat ini masih suasana pandemic covid-19.

Sesuai dengan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru memberikan pengaruh sebesar 60% dan hal ini tergolong cukup baik meskipun masih ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi partisipasi pemilih. Namun hal ini harus menjadi catatan penting bahwa terdapat pengaruh 67.0% media sosial terhadap perilaku pemilih pemula, sehingga kedepannya lebih bijak dalam memberikan informasi di media sosial, apalagi pemilih pemula yang masih cenderung labil dan termasuk usia yang aktif bermedia sosial. Sebab jika tidak diperhatikan secara baik-baik akan berdampak pada partisipasi pemilih ataupun sikap politik pemilih pemula.

Pemilih pemula umumnya pemilih yang sangat mudah untuk dipengaruhi hal ini tentu menjadi tugas kita bersama untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial dan bijak karena kebanyakan masyarakat khususnya pemilih pemula sangat muda mengakses informasi mengenai pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Barru, berkat kemudahan informasi ini tentunya bisa mengugesti pemilih pemula dalam meningkatkan partisipasinya dalam pesta demokrasi yang akan digelar serentak khususnya di kabupaten Barru.

Teori yang digunakan dalam menentukan variabel X Antony mayfield dalam Hamzah nasution (2015) dan variabel Y Eep Saiful Fatah dalam samiruddin dkk (2015) juga sangat membantu peneliti dalam menentukan indikator hal ini dapat terlihat setelah peneliti membagikan angket atau koesioner rata-rata menjawab sangat setuju dan setuju. Adapun relasi indikator

yang digunakan antara media sosial dengan perilaku pemilih pemula menurut observasi peneliti sudah terlihat adapun bentuk relasi yang terlihat seperti partisipasi pemilih rasional kalkulatif yang menurut hasil koesioner didominasi dengan jawaban setuju dan menurut hasil observasi peneliti pemilih rasional kalkulatif umumnya memberikan informasi dimedia sosial sangat bagus dengan memposting visi dan misi ataupun beberapa program unggulan dari calon kandidat, adapun partisipasi pemilih primordial yang memilih karena adanya kesamaan agama, hubungan kekerabatan, dan juga satu daerah dalam hal ini satu kampung menurut pengamatan peneliti dan juga hasil angket yang didominasi jawaban setuju juga terlihat, pemilih pemula perilakunya juga di pengaruhi oleh faktor-faktor yang terdapat pada sub indikator pemilih primordial, partisipasi pemilih pragmatis ini sangat sering ditemui peneliti kebanyakan pemilih pemula ingin atau menentukan perilakunya ketika mendapat mony politik, partisipasi pemilih emosional juga terlihat dengan adanya pemilih pemula yang melihat calon berdasarkan perasaannya. sementara keterbukaan pemilih rasional kalkulatif sangat terbuka dengan memperhatikan visi dan misi calon dan juga memilih karena sadar akan hak suaranya sebagai warga indonesia yang baik, keterbukaan pemilih primordial sangat terbuka dengan pilihannya dengan mempostin hal-hal yang berkaitan dengan pilihannya karena lokasi tempat tinggalnya didominasi salah satu calon kandidat sehingga tipe pemilih primordial mau tidak mau harus ikut, keterbukaan pemilih pragmatis berdasarkan hasil observasi peneliti sangat terbuka dan berani memberikan suaranya kepada calon kandidat yang

membayarinya, keterbukaan pemilih emosional perilakunya ikut memilih karena kewajiban sebagai warga negara. Percakapan pemilih rasional kalkulatif dimedia sosial tidak terlalu banyak karena setiap postingan yang berhubungan tentang pilkada sangat didominasi komentar pemilih yang sudah berpengalaman sementara pemilih pemula cenderung menjadi penonton saja, adapu keterbukaan pemilih pragmatis menurut hasil koesioner dan observasi peneliti ini sangat menarik dimana menurut hasil koesioner yang berisi pernyataan negatif didominasi dengan jawaban setuju adapun hasil observasi peneliti betul adanya ditemukan beberapa perilaku pemilih pemula yang rela memilih salah satu kandidat apabila suaranya dibeli atau *mony* politik, komunitas sumua tipe pemilih hampir sama karena menurut hasil observasi peneliti terlihat bahwa keempat perilaku pemilih menurut variabel Y terlihat dalam satu grup facebook. Media sosial membuat penggunaanya saling terhubung adapun menurut hasil observasi peneliti baik pemilih rasional, pemilih pragmatis, pemilih primordial ataupun pemilih rasional saling terhubung dalam bermedia sosial, meskipun tidak terlalu mendominasi dalam hal yang berkaitan dengan pilkada.

Kedepannya peneliti mengharapkan hasil penelitian ini bisa dikembangkan dan memberi manfaat banyak khususnya pada masyarakat kabupaten Barru yang akan menghadapi pilkada serentak tahun 2020. Peneliti sadar bahwasanya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena ini kritik dan saran sangat dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti juga menyampaikan terimakasih kepada KPU kabupaten Barru dan masyarakat kabupaten Barru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tanggapan Responden mengenai media sosial, diperoleh hasil sebesar 80.70% yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada penilaian sangat baik. Namun berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan, media sosial sudah mampu dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat atau pemilih pemula untuk membangun komunikasi, berbagai informasi dan saling bertukar pikiran di media sosial, meskipun masih terdapat masyarakat yang belum memanfaatkan media sosial secara aktif dan membagikan hal-hal yang positif di media sosial,
2. Tanggapan Responden mengenai perilaku pemilih pemula, di peroleh hasil sebesar 80.52% yang menunjukkan bahwa perilaku pemilih pemula di Kabupaten Barru tergolong sangat baik. Berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan hal ini menunjukan bahwa pemilih pemula sudah terlibat aktif dan berpartisipasi dalam pilkada serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh informasi pemilihan umum meskipun belum sepenuhnya.
3. Pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dapat dilihat dari hasil persamaan regresi maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai koefisien regresi (b) nilainya sebesar 22.249 yang menyatakan bahwa variabel independen atau media sosial (X) berpengaruh positif atau kuat pengaruhnya terhadap variabel dependen atau perilaku pemilih pemula (Y). Berdasarkan hasil t hitung $>$ t tabel ($22.249 > 0.1689$) atau signifikan (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari $<$ 0,05 sehingga berarti H_a diterima. Hal ini berarti H_a media sosial berpengaruh

signifikan terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Barru.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan di atas, menyatakan bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula pada Pilkada Serentak 2020 di Kabupaten Barru yang dikategorikan sudah cukup baik, maka disarankan kepada Pemerintah dan pelaku pelaksana pemilu atau aktor politik lainnya untuk memberikan informasi positif di media sosial dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih pemula.
2. Masyarakat diharapkan untuk dapat turut berpartisipasi untuk menciptakan iklim politik yang kondusif dan damai dengan memberikan informasi-informasi pemilu yang bermanfaat di media sosial.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian yang lebih mendalam pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam menghadapi Pilkada Serentak 2020 di Kabupaten Barru dan diharapkan kepada peneliti yang lain agar menggunakan variabel ataupun indikator lain dalam melakukan penelitian sehingga dapat semakin menguatkan dan meper tegas tentang adanya pengaruh penting dan nyata terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, M. R. (2013). Perilaku Memilih Masyarakat pada Pemilu Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten Kendal 2010. *Journal of Politic and Government Studies*, 2(4), 31-45
- Ajeng, Shiawlin Ratu, 2014. Pengaruh Agen Sosialisasi Politik Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014. *Fisip, Universitas Lampung*
- Arikunto. (2010). *Prosedur : suatu pendidikan praktek*. Jakarta : Rineka cipta
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Darmawan Aditya, 2015. *Perilaku pemilih etnis tionghoa dalam pemilihan umum tahun 2015 di kota metro*. FISIP. Universitas Lampung
- Data KPU Kabupaten Barru Tahun 2018.
- Fauzi, A. M. (2019). Perilaku pemilih menjelang Pemilu 2019. *Journal of Islamic Civilization*, 1(1), 40-48.
- Hamzah, Nasution, (2015). *Perilaku Pengguna Media Sosial 'Line' Perspektif Gender*. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor
- Hartanto, H., & Silalahi, E. (2013). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, Dan Hedonic Brand Image Dari Produk-Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 187-203.
- Hemay, I., & Munandar, A. (2015). Politik Identitas dan Pencitraan Kandidat Gubernur terhadap Perilaku Pemilih. *POLITIK*, 12(1), 1737.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Prihatmoko, Joko j. (2005). *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Semarang: Pustaka Pelajar
- Reciansyah, (2015). *Perilaku pemilih pemula dalam pemilihan umum (Studi Kasus Pemilih Pemula di Kecamatan Siantan Tengah Kabupaten Anambas Tahun 2014)*. FISIP. Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjung Pinang.
- Samiruddin, dkk, (2015). *Prilaku pemilih pemula dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Konawe Selatan*. FISIP. Universitas Haluleo.

- Setiawan Novendi, (2015). *Strategi KPU Kabupaten Bantul untuk meningkatkan partisipasi pemula dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten Bantul tahun 2015*. FISIP. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:Alfabeta
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379-398.
- Suryatna, U. (2011). Pengaruh Terpaan Media Iklan Politik Terhadap Perilaku Pemilih Pemula. *Jurnal Sosial Humaniora*, 2(2), 134-144.
- Wulan, R. (2015). Analisis Transaksi E-Commerce Melalui Jaringan Media Sosial Mobile. *Sosio e-Kons*, 7(3).
- Wardhani, P. S. N. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*.

