BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat dan merambah ke dalam kehidupan manusia. Salah satu contoh perkembangan teknologi komunikasi adalah munculnya media baru atau disebut dengan *new media*. Teknologi komunikasi melahirkan berbagai platform media sosial yang popular saat ini antara lain; Blog, Instagram, Twitter, Line, Youtube, Wikipedia. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan siapapun.

Analisis dari dataIndonesia.id dan Napoleon Cat menyatakan bahwa, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,17 juta hingga pada bulan Desember 2022. Jumlah tersebut naik tipis 0,10% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 97,07 juta pengguna. Selanjutnya, Sedangkan menurut data Business of Apps pengguna Instagram secara global pada tahun 2023 menyatakan bahwa pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta pada bulan Februari 2023 yang dilansir dari data Napoleon Cat.

New media atau media sosial seperti Instagram memiliki hubungan dengan politik. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana keberhasilan media sosial Instagram sering digunakan oleh para aktor politik untuk mendapatkan dukungan positif dari masyarakat. Selain itu, media sosial juga dapat memberikan kegagalan bagi para aktor politik yang akan dapat merusak citra. Sehingga baik buruknya komunikasi politik juga tergantung bagaimana cara penggunaanya.

Menurut Gabriel Almond, komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik.

> *"All of the functions performed in the political system, political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication, are performed by means of communication."*

Pada kampanye politik para komunikator politik atau kandidat akan merayu, membujuk, membina, dan membentuk hubungan politik. Namun saat ini segala bentuk dapat disebarkan diakses dengan mudah dan cepat melalui sosial media Instagram, tanpa bersusah payah menemui para khalayak atau masyarakat secara tatap muka (Nisa, 2020). Kampanye sendiri dilakukan dalam rangka proses komunikasi politik yang memiliki tujuan untuk memperoleh kemenangan. Sebab apabila para kandidat jika mengabaikan komunikasi politik dengan cara kampanye maka peluang kemenangan akan terhalangi. Berkampannye menggunak media sosial Instagram dapat memberikan kemudahan oleh aktor politik dengan menggunakan fitur yang terdapat dalam media sosial Instagram. Sehingga memungkinkan para kalangan masyarakat terutama mahasiswa untuk terlibat dalam diskusi dan memberikan tanggapan langsung melalui komentar atau *direct message*.

Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 pengertian dari kampanye sebagai berikut;

kampanye adalah kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta Pemilu.

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial sebagai sarana komunikasi politik yang menjadi fenomena penting dalam kampanye politik modern, khususnya menjelang pemilu presiden tahun 2024 yang disebut dengan Pilpres. Terlebih lagi, Instagram telah menjadi platform yang sangat populer di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, dan merupakan salah satu alat komunikasi politik yang paling nyaman dan efektif. Melalui jejaring sosial Instagram, para calon Presiden dan Wakil Presiden 2024 dapat menyampaikan dan menginformasikan visi, misi, serta mempromosikan agenda politiknya kepada mahasiswa. Komunikasi politik yang dapat diakses di Instagram dapat berupa foto, video atau artikel, bahkan elemen lainnya dapat memanfaatkan fitur media sosial Instagram.

Ketika komunikasi politik media sosial, Instagram juga memberikan dampak positif dan negatif bagi mahasiswa, sehingga tergantung pada bagaimana setiap interaksi dan penggunaan media tersebut digunakan (Christiany, 2019). Beberapa dampak positif yang dapat dirasakan oleh mahasiswa. Pertama, dapat memudahkan mahasiswa mendapatkan pendidikan politik melalui konflik atau kontroversi yang muncul saat kampanye politik di Instagram. Kedua, mahasiswa dapat berinteraksi dengan orang asing yang ingin belajar di sekolah tersebut untuk meningkatkan koneksi dan pengetahuan khususnya di dunia politik. Ketiga, menciptakan kondisi bagi mahasiswa untuk dengan mudah membentuk pandangannya sendiri guna memperkuat suara yang sudah terbentuk di masyarakat.

Di sisi lain, terdapat pula dampak negatif bagi mahasiswa jika Instagram dijadikan sebagai alat komunikasi politik. Pertama, dengan adanya perseteruan yang bertujuan menjatuhkan atau menyudutkan salah satu pihak di Instagram, maka timbul sikap apatis politik di masyarakat atau kalangan mahasiswa. Kedua, terkadang orang dan mahasiswa berani berkomentar di media sosial namun tidak berani bertanggung jawab atas pendapatnya di kehidupan nyata. Oleh karena itu, dampak tersebut juga harus dikaji bagaimana pengaruhnya terhadap preferensi memilih mahasiswa jelang Pilpres 2024 dan pada Instagram sebagai alat komunikasi

Media sosial instagram tentunya terus berjalan dan memuat isu isu mengenai politik, sehingga terdapat beberapa hal yang perlu diteliti untuk melihat bagaimana permasalahan media sosial Instagram dijadikan sebagai alat komunikasi menjelang Pilpres 2024 terutama untuk kalangan mahasiswa. Permasalahan *pertama* validasi informasi pada media sosial Instagram menjadi permasalahan karena konten politik di Instagram dapat bersifat hoaks atau berita palsu yang nantinya akan mempengaruhi preferensi mahasiswa, sehingga mahasiswa perlu meningkatkan kreativitas dan pemahaman mengenai sumber informasi yang mereka konsumsi atau terima melalui Instagram. *Kedua*, pengaruh opini public atau kelompok dapat menyebabkan pengaruh yang kuat dalam merubah preferensi pemilihan suara kalangan mahasiswa. Adanya terpaan tersebut mahasiswa harus memiliki kesadaran atau kepedulian terhadap isu isu politik terutama menjelang Pilpres 2024 yang akan datang dengan cara memberikan hak suaranya untuk memilih calon presiden dan wakil presiden. Maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar terpaan isu politik di Instagram.

Isu politik sendiri adalah topik-topik atau permasalahan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah, pemilu, pengambilan keputusan politik, dan konflik politik yang muncul dalam suatu masyarakat atau negara. Permasalahan politik melibatkan beragam kepentingan dan perbedaan pandangan dari kelompok dan individu tertentu dalam masyarakat. Permasalahan politik dalam suatu masyarakat atau suatu negara dapat memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat dan arah pembangunan suatu negara. Kini, akses terhadap isu-isu politik semakin mudah dan populer di jejaring sosial Instagram, sehingga memudahkan para pelaku politik dalam menyampaikan pesan-pesan politik atau isu-isu yang menjadi perhatian bersama sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengaksesnya dan diterima dengan mudah melalui jejaring sosial.

Namun perlu diketahui, jejaring sosial Instagram juga memuat topik-topik politik yang bersifat menipu atau hoax tidak sesuai dengan kebenaran. Berdasarkan temuan Polri, jumlah hoaks dan pemberitaan yang mengandung ujaran kebencian rata-rata mencapai 3.500 perhari. Permasalahan yang sering muncul dan terlihat di jejaring sosial Instagram ini dapat mempengaruhi terpaan pertanyaan politik tentang preferensi mahasiswa saat memilih pada Pilpres 2024. Pelanggaran ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Misalnya, Pasal 28(2) UU ITE berbunyi:

> "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukkan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).”

Selain itu, terdapat juga aturan main pelaksanaan kampanye Pilpres berdasarkan Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). Salah satunya adalah ketentuan dalam Pasal 280 ayat 1, yaitu bahwa pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu dilarang antara lain menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu yang lain; dan menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat."

Pemilihan presiden tahun 2024 yang semakin dekat merupakan momen penting bagi seluruh rakyat Indonesia untuk menentukan arah politik dan sosial ke depan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat dan pentingnya hal tersebut dalam menentukan sejauh mana isu politik diekspos di Instagram. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan sikap politik mahasiswa untuk memahami bagaimana kandidat atau partai politik dapat menyesuaikan pesan politik mereka untuk menarik perhatian. Pendapat mahasiswa dan pengaruh media politik terhadap cara Instagram mendorong mahasiswa untuk memilih. atau memilih calon potensial pada Pilpres 2024.

Pemilih yang menggunakan hak suaranya adalah seluruh warga Negara Indonesia yang telah genap berusia 17 tahun atau lebih atau sudah atau pernah kawin yang terdapat dalam Pasal 1 ayat 22 UU No 10 tahun 2008 tentang Pemilu. Terkadang dengan pengetahuan politik yang masih awam, pemilih pemula seperti generasi muda atau kalangan mahasiswa yang baru pertama kali bisa menggunakan hak suaranya terkesan mudah untuk dipengaruhi preferensinya dalam memilih politiknya. Fakta bahwa kebanyakan para calon kandidat nantinya akan lebih

menyampaikan kampanyenya melalui media sosial, karena media sosial sendiri kebanyakan diakses oleh para milenial, khususnya para pemilih pemula (Anggraini).

Menurut data Business of Appss pengguna Instagram terbanyak di wilayah Asia Pasifik yaitu mencapai 893 juta orang pada tahun 2021 dan mayoritas berusia 25-34 tahun dengan proporsi 22% dari total pengguna, dan kemudian diikuti kelompok usia 18-24 tahun sebesar 30%.

Pemilihan suara pada kalangan mahasiswa dapat memberikan gambaran yang lebih baik tentang teknologi atau jejaring sosial Instagram dengan memengaruhi preferensi mengenai cara penyampaian pesan politik. Menurut data Badan Pusat Statistik, BPS, pada tahun 2021, Kota Malang menempati urutan kedua dengan jumlah pelajar terbanyak di Jawa Timur yaitu sebesar 19,96% atau sebanyak 253. 158 mahasiswa. Maka dari itu, Kota Malang merupakan kota pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi yang banyak diantaranya merupakan mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Kota Malang merupakan kota yang cukup luas dan mempunyai potensi yang besar untuk menentukan hasil pemilu presiden tahun 2024 mendatang.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang menjadi fokus penelitian yang membahas pengaruh terpaan isu politik di Instagram jelang Pilpres 2024, mengingat mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang berasal dari latar belakang terutama pandangan dan pandangan politik yang beragam. Kalaupun terdapat perbedaan asal usul, sifat atau pandangan politik, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara umum mempunyai hak dan kewajiban yang sama

dalam Pilpres 2024. Kajian ini dapat mewakili pandangan politik atau aktor politik Indonesia dengan membeberkan isu politik di Instagram jelang Pilpres 2024.

Pada tanggal 3 September 2020, KPU Kota Malang mengadakan sosialisasi dengan pembahasan permasalahan pemilu dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan Universitas Nasional Malang Kota Malang yang dibawakan oleh Universitas Islam Negeri (UIN) dan Maulana Malik Ibrahim hadir Malang. Pelajari tentang pemilu dan peran pemilih muda sehingga mereka dihadapkan pada proses sosialisasi yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengutarakan pendapat dan pandangannya. Menurut Aminah Asminingtyas, Ketua KPU Kota Malang, dengan memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang isu pemilu, diharapkan mereka nantinya bisa berpartisipasi dan aktif sebagai agen perubahan yang bisa menggenjot aktivitas menjelang pemilu presiden mendatang.

Penelitian ini dapat membantu untuk lebih memahami dampak jejaring sosial Instagram terhadap preferensi suara mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dan membantu mengambil keputusan yang tepat dalam pemilihan presiden tahun 2024 mendatang. Lebih lanjut, analisis ini juga dapat mengurangi dampak negatif media sosial. pengguna Instagram sebagai alat komunikasi politik. Diharapkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dapat lebih bijak dan kritis dalam menerima informasi terkait Pilpres 2024 serta berkontribusi positif dalam membangun sistem demokrasi di tanah air. Indonesia memiliki kualitas yang lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut agar permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini menjadi jelas diperlukan suatu rumusan masalah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Seberapa besar terpaan isu politik pilpres 2024 di Instagram pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMM?
2. Seberapa besar preferensi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMM terhadap terhadap isu pilpres 2024 di Instagram ?
3. Seberapa besar pengaruh terpaan isu politik di Instagram dengan Preferensi pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMM terhadap isu pilpres 2024?

1.3 Identifikasi Masalah

Penelitian ini mengidentifikasi masalah mengenai seberapa besar terpaan isu politik di Instagram dan preferensi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang terhadap isu isu politik mengenai Pilpres 2024. Selain itu dalam penelitian ini menggambarkan seberapa pengaruh terpaan isu politik di Instagram dengan Preferensi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah terhadap isu Pilpres 2024 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini membahas mengenai Analisis Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai Alat Komunikasi Politik dalam Preferensi Pemilihan Suara Menjelang Pilpres 2024 di Kalangan Mahasiswa Kota Malang memiliki tujuan penelitian yaitu sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui seberapa besar terpaan isu politik di Instagram pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Untuk mengukur seberapa besar preferensi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang terhadap isu mengenai Pilpres 2024.
3. Untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh terpaan isu politik di Instagram terhadap preferensi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang terhadap isu Pilpres 2024.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai Analisis Pengaruh terpaan isu isu politik di Instagram terhadap preferensi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di Universitas Muhammadiyah Malang pada isu politik Pilpres 2024 adalah sebagai berikut;

1.5.1 Manfaat Praktisi

Membantu para praktisi politik merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan produktif. Dengan mengetahui minat mahasiswa di Kota Malang dan pengaruh Instagram terhadap minat tersebut, mereka dapat menyesuaikan pesan kampanye dan meningkatkan strategi untuk mencapai potensi mereka. Selain itu, untuk membantu para penggiat Instagram menyusun strategi komunikasi politik yang lebih baik untuk mempromosikan pesan kampanye politik dan memberikan wawasan

tentang perilaku pemilih pada mahasiswa di Kota Malang dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pemilih,

1.5.2 Manfaat Kritik atau Kritis

Meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital mahasiswa di Kota Malang. Pengaruh media sosial dalam politik menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan keterampilan literasi digital yang baik untuk membedakan yang palsu dan yang asli. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan literasi dan kesadaran digital di kalangan pelajar di Kota Malang. Selain itu, melalui penelitian ini, media juga dapat memperkaya pengetahuannya tentang bagaimana jejaring sosial Instagram mempengaruhi preferensi politik mahasiswa di Kota Malang, sehingga akan memberikan kontribusi pemberitaan politik yang lebih baik dan informatif

1.5.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi yang signifikan dalam pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam aspek penggunaan media sosial dan politik. Selain itu, dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan di bidang komunikasi khususnya pada aspek penggunaan media sosial dalam hal berpolitik, sehingga mahasiswa di Kota Malang paham tentang politik dan pentingnya partisipasi aktif dalam proses demokrasi.