

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI CALON GUBERNUR JAWA BARAT BAGI PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN KARAWANG

Maulana Rifai¹⁾, Fajar Hariyanto²⁾

¹ Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Singaperbangsa Karawang. Jalan H.S Ronggowaluyo Telukjambe Timur- Karawang, 41361 Indonesia.

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang. Jalan H.S Ronggowaluyo Telukjambe Timur- Karawang, 41361 Indonesia.

* Korespondensi Penulis. E-mail: maulana.rifai@staff.unsika.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berupaya menjawab bagaimana pengaruh penggunaan sosial media terhadap pemilih pemula dalam pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. Dengan pendekatan penelitian kuantitatif dan metode survey melalui *multistage* random sampling terdapat 92 responden dari kalangan pemilih pemula yang merupakan siswa menengah atas. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel intensitas, isi pesan dan daya tarik konten media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang dengan jumlah masing-masing 11,02%, 18,92% dan 16%.

Kata kunci: Pengaruh, Social Media, Pemenuhan Informasi, Pemilih Pemula

ABSTRACT

This study seeks to answer how the influence of the use of social media on first time voters in fulfilling information on West Java governor candidates for first time voters in Karawang Regency. With a quantitative research approach and survey method through multistage random sampling there were 92 respondents from the first time voters who were senior high school students. The results of the study found that there was a significant influence between the intensity, message content and attractiveness of social media sub-variables on the fulfillment information of West Java governor candidate for first time voters in Karawang Regency, with 11.02%, 18.92% and 16 % respectively.

Keywords: Influence, Social media, Fulfilling Information, First time voters

A. PENDAHULUAN

Perubahan teknologi informasi dan komunikasi hampir telah merambah ke beragam sektor, semisal ekonomi, industry, pemerintahan juga politik. Realitas tersebut menggeser perilaku actor-aktor politik dalam upaya meraih simpati publik. Pada saat yang bersamaan pula publik yang aktif di ruang maya (netizen) sangat aktif dalam menuangkan kecenderungan politiknya melalui social media. Penting untuk dicatat bahwa tidak sedikit realitas politik yang dipengaruhi oleh komunikasi digital,

pun demikian sebaliknya bahwa komunikasi digital secara fundamental membentuk ulang politik.

Oleh karenanya kebebasan dan keterbukaan menjadi aspek penting dalam teknologi digital yang sejajar dengan nalar demokrasi. Demokrasi itu sendiri bergantung pada partisipasi dari warganegara, dan sebuah partisipasi membutuhkan ruang, waktu, dan tempat. Kehadiran warga negara dalam sebuah partisipasi telah beranjak dari dunia fisik ke wilayah maya atau internet. Social media menjadi medium bagi mereka yang *concern* dengan isu dan diskursus sosial politik dalam mengaktualisasikan dirinya dalam jejaring tersebut.

Penetrasi internet dalam ruang publik masyarakat Indonesia mengalami intensitas kenaikan dalam setiap tahunnya yang dalam bahasa Chadwick (2009) hal itu terjadi karena internet merupakan platform bagi diskursus politik berkenaan dengan sebuah gagasan yang mengacu pada pergeseran pola komunikasi dari model statis ke dalam layanan jaringan yang lazim disebut web 2.0 (Fayakhun: 2016, O'Reilly's: 2005). Data yang dilansir dari Wijaya (2014), jumlah pengguna internet yaitu sekitar 72,7 juta jiwa dari populasi Indonesia merupakan pengguna aktif internet.

Dari jumlah tersebut 62 jutanya adalah pengguna aktif media sosial berbasis *smartphone*. Secara garis besar, pengguna media sosial tersebut adalah mereka yang berdomisili di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar. Adapun *platform* media sosial yang menjadi favorit bagi mereka adalah Facebook (14 persen), WhatsApp (12 persen), maupun Twitter (11 persen). Besarnya potensi penggunaan media sosial di Indonesia kemudian menobatkan Indonesia sebagai "*the social media capital of the world*" (On Device Research, 2013). Dari data statistik di atas menandakan bahwa penggunaan teknologi informasi akan sangat bermanfaat tidak hanya bagi masyarakat, namun juga bagi negara dalam kerangka mematangkan demokrasi langsung yang tengah diterapkan seperti pelaksanaan pemilu, membahas kebijakan publik serta wacana politik lainnya.

Pemilih pemula yang memiliki kriteria sesuai dengan Undang-Undang No. 12 tahun 2003 yang menyatakan bahwa seseorang telah sah memiliki hak pilihnya, seperti:

1. Seorang warga negara Indonesia yang berusia 17 tahun pada hari pemilihan atau sudah menikah
2. Mereka yang dalam kondisi sehat
3. Mereka yang hak pilihnya tidak diambil alih pengadilan

4. Mereka yang terdaftar sebagai pemilih

Oleh karenanya, penelitian ini menarik untuk dikaji dalam kerangka memberikan kontribusi pada studi ilmu politik yang berkelindan dengan ilmu komunikasi dan teknologi informasi di Indonesia. Serta menelaah kecenderungan pemilih pemula dalam upaya pemenuhan informasi menggunakan social media pada kontestasi politik di Jawa Barat tahun 2018.

Dalam pendekatan kuantitatif dikenal beberapa metode penelitian. Metode merupakan suatu prosedur atau cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah – langkah yang sistematis (Suriasumantri dalam Rakhmat, 2009:49). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2008:3). Tujuan dari metode survey adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Responden (sample) diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Jenis metode survey yang digunakan adalah survey eksplanatori yang bertujuan untuk memperoleh penjelasan tentang hubungan sebab akibat di antara variable-variable penelitian dan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan statistik sehingga dengan cara demikian akan dapat ditarik kesimpulan makna dari data yang diperoleh. Untuk menguji hipotesis digunakan statistik inferensial. Selanjutnya dari uji hipotesis tersebut diharapkan dapat disimpulkan beberapa fenomena yang terjadi berdasarkan pengolahan dan analisi data.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan sosial media terhadap pemilih pemula dalam pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang dari berbagai dimensi media social seperti: 1. Seberapa besar pengaruh isi pesan media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang; 2. Seberapa besar pengaruh intensitas mengakses media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang; 3.

Seberapa besar pengaruh daya tarik konten media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang.

Tujuan dari penelitian ini, seturut dengan rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh isi pesan media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh intensitas mengakses media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang
3. Untuk menguji seberapa besar pengaruh daya tarik konten media social terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang;

Adapun manfaat dari penelitian ini memiliki dua aspek penting. Pertama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu politik, ilmu komunikasi yang berkelindan dengan pemenuhan informasi bagi pemilih pemula dalam sebuah kontestasi politik, dalam konteks ini berkaitan dengan pemilihan gubernur Jawa Barat tahun 2018. Realitas sosial politik saat ini tidak dapat dipisahkan dari hadirnya social media sebagai medium sosialisasi, diseminasi pesan dan informasi antara aktor politik dengan pemilih. Kemudian yang kedua dan tak kalah pentingnya adalah ikut serta meningkatkan peran civitas akademika Universitas Singaperbangsa Karawang dalam mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat di tingkat nasional maupun global pada bidang teknologi komunikasi sesuai dengan Rencana Induk Penelitian Unsika tahun 2016-2020. Terlebih saat ini lazim dianggap sebagai era disrupsi dan revolusi industry 4.0 yang memiliki dampak serta pengaruh luar biasa bagi kehidupan manusia. Tak terkecuali disiplin ilmu pengetahuan yang semakin tak terpisahkan dari interaksinya dengan teknologi digital yang bertujuan untuk menawarkan solusi dari setiap permasalahan social dan politik.

TINJAUAN PUSTAKA

Herbert Blumer dan Elih Katz adalah orang yang pertama mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratification* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses On Mass Communications; Current Pers Pective on Gratification Research*. Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Penggunaan media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya *teori uses and gratifications* mengansumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2016 ; 192).

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat dari teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana, lewat media mana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya. (Nurudin, 2016 ; 192). Seperti dalam penelitian ini mahasiswa memilih media sosial instagram sebagai pemuas motif kebutuhan informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

Setiap orang memiliki tujuan dalam melakukan kegiatan. Salah satunya adalah tujuan dalam mengkonsumsi media. Untuk mencapai tersebut, maka mereka harus memenuhi kebutuhannya, salah satu tujuan mengonsumsi media adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dapat diperoleh dari membaca media. Konsumen yang aktif tidak akan begitu saja menerima semua informasi yang mereka peroleh. Disinilah konsumen dituntut untuk aktif berpikir dan menganalisa setiap informasi yang mereka peroleh. (Nurudin, 2007:193 dalam Romli, 2016:53).

Permasalahan utama dalam teori *Uses and Gratification* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Jadi bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289-290). Peneliti memilih *teori uses and gratification* ini sebagaimana teori ini ada kaitannya dengan judul yang akan diteliti. Teori ini memainkan peran aktif dalam menggunakan media dan seorang berhak memilih media mana yang akan

digunakannya dalam memenuhi kebutuhannya dan mencapai tujuannya. Seperti halnya pada zaman sekarang muncul media baru yaitu *Instagram*, *Instagram* saat ini lebih banyak digemari oleh para khalayak khususnya mahasiswa untuk motif ajang eksistensi dan pembentukan citra diri agar di lihat, dinilai, dan diterima oleh orang lain dan lingkungannya. Dengan menggunakan *Instagram* para mahasiswa lebih merasa kepuasan dan kebutuhannya terpenuhi dengan fitur fitur yang ada dalam aplikasi *Instagram*.

a. Media Baru

Hadirnya internet serta perkembangan teknologi *world wide web* yang semakin berkembang, melahirkan jenis media komunikasi baru yaitu media sosial. Menurut Antony Mayfield dalam buku “*What is Social Media*” (2008:5), media sosial paling tepat dipahami sebagai kelompok jenis baru dari media online yang memiliki karakteristik:

1. *Participant*: setiap orang dapat berkontribusi dan memberi umpan balik. Garis batas antara media dan khalayak menjadi kabur dengan karakteristik ini
2. *Openness*: terbuka bagi setiap orang untuk berpartisipasi, berkomentar, berbagi informasi, memilih (*voting*), dan merespon,
3. *Conversation*: berbeda dengan media penyiaran, media sosial harus *conversational* atau bersifat dua arah
4. *Community*: melalui media ini, komunitas dapat terbentuk dengan cepat, demikian juga komunikasi seputar hal-hal umum dapat dilakukan dengan efektif, misalnya isu seputar lingkungan, isu-isu politik, acara televisi favorit, tokoh kenamaan favorit,
5. *Connectedness*: media sosial terkenal akan kemampuannya untuk terhubung dengan tautan (*link*) antara situs, sumber dan orang.

Dari karakteristik di atas, keluwesan sosial media berhubungan dengan pemanfaatan penggunaan yang semakin mudah. Setiap orang tanpa kesulitan dapat menggunakan sosial media untuk mencari, memperoleh dan memanfaatkan informasi yang beragam dalam koridor kebebasan berkomunikasi. Social media sebagai entitas pengolah sekaligus penyebar pesan dan informasi yang fleksibel dimanfaatkan oleh pengguna yang tidak tersegmentasi dalam kelompok sosial, ekonomi dan politik. Fleksibilitas media sosial mampu membangun dan meningkatkan hubungan antar

individu maupun kelompok di dunia maya, yang tidak dibatasi oleh perbedaan status di masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi dan demokratisasi informasi, memberikan gambaran sekaligus hak masyarakat untuk memilih sumber informasi yang dapat memenuhi kebutuhan secara cepat. Pilihan menggunakan social media dan meninggalkan media arus utama merupakan hak masyarakat. Social media juga mewartakan gambaran faktual dengan prinsip keseimbangan dan kejujuran, bukan sebatas mengejar kecepatan dalam pemberitaan dan menyebarkan berita bohong demi mempengaruhi kelompok-kelompok di masyarakat. Bentuk populer media sosial berbasis internet antara lain, adalah Instagram, Twitter, Facebook, Line, dan WhatsApp. Sosial media berkembang seiring meningkatnya aplikasi berbasis internet yang bersifat dua arah (*Web 2.0*) sehingga pengguna mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi untuk membangun kesamaan makna, kesadaran dan pemahaman kolektif.

Schottmuller dalam Susanto (2017) menyatakan bahwa sosial media esensinya sebagai saluran komunikasi, atau alat yang digunakan untuk menyimpan, mengakumulasikan, berbagi, berdiskusi atau menyampaikan informasi dalam komunitas online. Sosial media didukung oleh teknologi komunikasi, antara lain dalam bentuk forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, dan perangkat lain dalam penggunaan informasi. Sosial media juga memberikan layanan dalam interaksi melalui teknologi dengan media internet disebut *interactive media* (Burke, 2000: 380).

Social media adalah capaian tertinggi teknologi digital saat ini. Karena itu, capaian pengaruhnya juga sangat luas. Sekarang hampir tidak ada dimensi kehidupan manusia yang tidak terpengaruh (*pervasive*) untuk menggunakan social media. Salah satunya adalah politik, lebih spesifiknya lagi praktik demokrasi di berbagai belahan bumi. Social media inilah yang kemudian menjadi penghubung antara teknologi digital dengan demokrasi. Social media juga menjadi alat baru partisipasi politik warga negara. Melalui social media, mereka mengekspresikan partisipasi politiknya dalam segala bentuk. Tidak berlebihan jika media baru yang digabungkan dengan partisipasi baru menjadi sebuah demokrasi baru (Andriadi, 2016:59).

Menurut Jenkins dan Thornburn dalam bukunya *Democracy and New Media* (2004:8-11) media social membentuk medan baru dalam relasi-relasi social. Dimulai dari terbentuknya *cyberspace*, lalu membentuk *cyberculture*, kemudian *cyber*

democracy. Percakapan public dalam media social tumbuh yang akhirnya menjadi indicator partisipasi politik dalam konteks digital. Media social ini membuat perubahan menyangkut berbagai aspek kehidupan masyarakat seperti perubahan kultur media, ekonomi sampai kepada bentuk pemerintahan serta aliansi politik.

METODE

Menurut Kriyantono (2009:86), dalam membuat desain penelitian tergantung pada beberapa faktor: (a) metodologi atau pendekatan yang digunakan, (b) metode riset yang dipakai, (c) jenis riset yang direncanakan, (d) metode analisis data. Bersumber dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini, untuk mengkaji permasalahan penelitian, penulis menggunakan metodologi kuantitatif berdasarkan pendekatan positivisme (objektif). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2009:55). Secara umum, penelitian kuantitatif memiliki ciri – ciri:

1. Hubungan antara peneliti dengan subjek : jauh
2. Penelitian bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori
3. Penelitian harus dapat digeneralisasikan, sehingga menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep, serta alat ukur yang valid dan reliabel.
4. Prosedur riset rasional – empiris, artinya riset harus berangkat dari konsep – konsep atau teori –teori yang melandasinya. (Kriyantono, 2009:56).

Dalam pendekatan kuantitatif dikenal beberapa metode penelitian. Metode merupakan suatu prosedur atau cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah yang sistematis (Suriasumantri dalam Rakhmat, 2009:49). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1987:3). Tujuan dari metode survey adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Responden (sample) diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Jenis metode survey yang digunakan adalah survey eksplanatori yang bertujuan untuk memperoleh penjelasan tentang hubungan sebab akibat di antara variable-variable penelitian dan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan statistik sehingga dengan cara demikian akan dapat ditarik kesimpulan makna dari data yang diperoleh. Untuk menguji hipotesis digunakan statistik inferensial. Selanjutnya dari uji hipotesis tersebut diharapkan dapat disimpulkan beberapa fenomena yang terjadi berdasarkan pengolahan dan analisis data.

a. Klasifikasi dan Operasionalisasi Variable Penelitian

1. Klasifikasi Variable

Adapun Klasifikasi variable penelitian ini adalah:

1. Variable bebas / *X (independent variable)*, adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat / *Y (dependen variable)*. Berkaitan dengan penelitian penulis, yang menjadi variable bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial akan diturunkan berdasarkan dimensi-dimensi yang terdiri dari, intensitas penggunaan media sosial, isi pesan media sosial, dan daya tarik konten media sosial.
2. Variable terikat / *Y (dependent variable)*, adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat adalah pemenuhan kebutuhan informasi.

2. Oprasional Variabel

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

- 1) Variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). (Sugiyono, 2011: 39).

Variabel bebas (Variabel *Independen*) = Penggunaan media sosial

- a. Intensitas penggunaan media sosial (X1)
- b. Isi pesan media sosial (X2)
- c. Daya tarik konten media sosial (X3)

- 2) Variabel terikat (*dependent*), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independent*). (Sugiyono, 2011: 39).

Variabel terikat (Variabel *Dependent*) = Pemenuhan kebutuhan informasi.

b. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Mayor

Ho = Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

Ha = Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

Hipotesis Minor

1. Ho = Tidak terdapat pengaruh intensitas menggunakan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

Ha = Terdapat pengaruh nsitas menggunakan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

2. Ho = Tidak terdapat pengaruh isi pesan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

Ha = Terdapat pengaruh isi pesan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

3. Ho = Terdapat pengaruh isi pesan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

Ho = Tidak terdapat pengaruh isi pesan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula.

c. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasilisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Riduwan & Kuncoro, 2008:37). Menurut Prijana (2005:4). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilih pemula yang terdapat di Karawang sejumlah 1.590.283 sesuai dengan data KPUD tahun 2018 (sumber KPUD Kabupaten Karawang, 2018) yang tersebar di Sekolah setingkat menengah atas di Karawang. Maka total followers yang pernah mengikuti kuis akan dijadikan populasi sasaran dalam penelitian ini

2. Sampling

Sample penelitian adalah sebagian populasi yang diambil dari sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Riduwan & Kuncoro, 2008:40). Teknik sampling

yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Multistage Random Sampling*. Dengan tehnik ini dimungkinkan setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih atau tidak dipilih menjadi responden, sehingga pengukuran pendapat dapat dilakukan dengan hanya melibatkan sedikit responden. Meski tanpa melibatkan semua anggota populasi, hasil survey dapat digeneralisaikan sebagai representasi populasi.

Jumlah sekolah SMA dan MA diacak (*random*) untuk mendapatkan dua sekolah. Hasil tahap pertama didapatkanlah MAN 2 Karawang dan SMAN 3 Karawang. Lalu diacak (*random*) kembali untuk mendapatkan satu kelas dari masing masing sekolah tersebut yang akan dijadikan sampel dengan teknik *Multistage Random*, hasil acak (*random*) tersebut terpilihlah siswa kelas XII B MAN 2 Karawang 1 dan kelas XII A SMAN 3 Karawang sebagai sampel penelitian. Dengan demikian maka diperoleh 92 orang sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media sosial yang sangat pesat ini mempermudah manusia untuk berkomunikasi atau berinteraksi dengan orang lain, media sosial memiliki fungsi untuk mendukung interaksi sosial penggunaannya. Di dalam media sosial seseorang bisa menemukan teman-teman baru dan juga mendapatkan informasi-informasi yang sedang fenomenal. Tetapi dalam perkembangannya media sosial ada penurunan terjadinya interaksi secara langsung atau tatap muka. Hal ini berdampak menurunnya kepercayaan diri seseorang. Khalayak memilih media sosial sebagai alat untuk pengembangan diri, menunjang kepercayaan dirinya dan menyalurkan perasaannya ke media sosial. Salah satu media sosial yang sedang berkembang sangat pesat adalah media sosial instagram, instagram saat ini banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi milenial sebagai pemilih pemula. Setelah menyebarkan kuesioner kepada 92 sampel responden lalu mengkaji dan menganalisis data yang didapat. Peneliti mendapatkan hasil bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. dari uji regresi linier berganda didapat persamaan sebagai $Y = 8,781 + 0,216X_1 + 0,787X_2 + 0,208X_3$

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh keterangan simultan ketiga sub variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. besarnya

pengaruh 61,8, fakta ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut merupakan aspek yang sangat dominan dalam mempengaruhi pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang.

Hasil penelitian menunjukkan intensitas menggunakan media sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. besarnya pengaruh intensitas $0,332^2 = 11,02\%$. Menurut (Ardiyanto *et al*, 2007:18) fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan dengan kepentingannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa menggunakan media sosial segala informasi yang responden butuhkan dapat terpenuhi dan merasakan kepuasannya. Sejalan dengan *Teori Uses and Gratifications* berdasarkan teori ini khalayak aktif akan media, khalayak berhak menentukan media mana saja yang akan digunakan sebagai pemuas kebutuhannya (Ardiyanto *et al*, 2015 :74).

Hasil penelitian menunjukkan isi pesan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. Besarnya pengaruh $0,435^2 = 18,932\%$. Teori *uses and gratification* ini membahas apa yang dilakukan konsumen pada media, yakni menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya. Konsumen memiliki kuasa untuk menentukan media mana yang akan digunakan. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. (Nurudin dalam Romli, 2016:51). Hal tersebut menunjukkan bahwa menggunakan media sosial dapat menunjang pemenuhan informasi bagi khalayaknya/pengguna. Responden memilih media sosial sebagai kebutuhannya.

Hasil penelitian menunjukkan daya tarik konten media sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang. besarnya $0,400^2 = 16,00\%$. Menurut (Soekanto dalam Bungin, 2006:55) Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Sejalan dengan *Teori Uses and Gratifications* berdasarkan teori ini khalayak aktif akan media, khalayak berhak menentukan media sosial mana saja yang

akan digunakan sebagai pemuas kebutuhannya.(Ardiyanto *et al*, 2015:74). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial mendapatkan kesempatan yang luas untuk memaksimalkan tujuan pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang.

Uses and Gratifications meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *Uses and Gratifications* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. (Ardiyanto *et al*, 2015:74). Pemenuhan kebutuhan dalam penelitian ini adalah pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel intensitas menggunakan media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang dengan jumlah 11,02% dengan demikian ada pengaruh positif cukup kuat antar variabel. Intensitas menggunakan media sosial memiliki pengaruh terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang, seperti informasi tentang program, informasi mengenai aktivitas calon gubernur, dan juga untuk mengetahui isu sosial yang sedang berkembang saat kampanye.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara isi pesan media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang dengan jumlah 18,92% dengan demikian ada pengaruh positif cukup kuat antar variabel. Isi pesan media sosial saat kampanye banyak dimanfaatkan para calon untuk mengkampanyekan pesan politiknya, selain itu pemilih pemula juga memanfaatkan isi pesan kampanye tersebut sebagai pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel daya tarik konten media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang dengan jumlah 16,00% dengan demikian ada pengaruh positif cukup kuat antar variabel. Daya tarik konten media sosial menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menyampaikan pesan politik melalui media sosial, semakin menarik konten maka ketertarikan pemilih pemula dalam mencari informasi calon gubernur Jawa Barat bagi pemilih pemula di Kabupaten Karawang semakin tinggi.

Saran

Berdasarkan hasil dan simpulan penelitian, maka peneliti mengajukan saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Efektifitas strategi komunikasi melalui media sosial tiap calon gubernur dapat dikaji lebih dalam pada penelitian selanjutnya untuk mendapatkan efektifitas kampanye melalui media sosial bagi tiap calon kepala daerah di Indonesia.
2. Diharapkan bagi para calon gubernur untuk memperhatikan intensitas postingan pesan politik, isi pesan yang sesuai target khalayak, serta konten yang menarik bagi pemilih pemula agar bisa menarik perhatian sehingga berdampak pada keputusan memilih calon gubernur yang diusung.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriadi, Fayakhun. (2016). *Demokrasi di Tangan Netizen: Tantangan dan Prospek*. Jakarta: RM Books.
- Arianto, Bambang. (2016). Menakar Relawan Politik Pasca Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* volume 20, Nomor 1, Juli 2016 (50-68).
- Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Castells, Manuel. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, A. and Howard, P.N (eds). (2009). New Directions in Internet Politics Research in *Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Taylor & Francis e-Library.
- Chen, Peter John. (2013). *Australian Politics in a Digital Age*. Australian National University: E Press.
- Coleman, S. and Freelon, D. (2015). Introduction: Conceptualizing Digital Politics. In Stephen Coleman and Deen Freelon (eds), *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Couldry, Nick. (2015). The Social Foundations of Future Digital Politics in Handbook of Digital Politics. Stephen Coleman and Deen Freelon (eds), *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Harrison, Lisa. (2007). *Metodologi Penelitian Politik*. Jakarta: Kencana.
- Jati, W.R. (2016). Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Journal Pemikiran Sosiologi* vol. 3 No. 1 Januari 2016.
- Kriyantono, Rachmat, S.Sos, M.Si. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media
- Postil, John. (2012). *Digital Politics and Political Engagement*. In Horst and D. Miller (eds.), *Digital Anthropology*. Berg: Oxford
- Prijana, Drs. M.Si. 2005. *Metode Sampling Terapan*. Bandung : Humaniora
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rudiwan, Drs. M.B.A & Kuncoro, Engkos Achmad DR, S.E. M.M. (2008). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. (2008). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.