

PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI PEMILIH PEMULA DALAM PILKADA KEPRI 2024 (STUDI PADA REMAJA KOTA BATAM)

Ika Widya Karlina¹, Ageng Rara Cindoswari²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email: pb201110010@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The political participation of today's youth is becoming increasingly open and significantly influenced by the social media they use. First-time voters tend to choose social media as their source of information for regional and presidential elections because they spend a lot of time there. A survey conducted by the Indonesian Institute of Sciences (LIPI) in 2018 showed that as many as 60.6% of Generation Z, those born between 1995 and 2005, obtain political news through social media. The purpose of this study is to determine the influence of Instagram as political literacy on the perceptions of first-time voters in the 2024 Regional Head Elections in the Riau Islands. This research uses a quantitative method with a positivism approach and uses the S-O-R theory as a key guide. The indicators in the Instagram Influence variable (X) are political effectiveness, political expression, and partisanship, while the indicators in the perception variable (Y) are acceptance and evaluation. The results of this study indicate that the influence of Instagram (X) has a positive and significant impact on the perception of first-time voters in the 2024 Regional Head Elections in Batam City. With a calculated t-value of 23.660 and a table t-value of 1.654. With a Cronbach's Alpha value of 0.852 for the Instagram Influence variable (X) and 0.751 for the Perception variable (Y), both of which are declared reliable.

Keywords: First-time voters; Political Participation; S-O-R theory

PENDAHULUAN

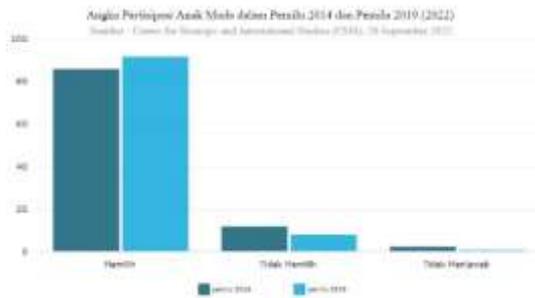
Negara Indonesia merupakan bagian penting dalam sejarah sistem ketatanegaraan, dengan perundang-undangan yang dinyatakan dalam UUD 1945 pasal 1 ayat 2. Pasal tersebut menyatakan bahwa masyarakat Indonesia (kedaulatan rakyat) diminta untuk menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah secara bersama-sama, diikuti oleh seluruh provinsi dan daerah di Indonesia (Shaleh & Raihana, 2021). Penyelenggaraan PILKADA adalah salah satu ciri khas negara hukum yang dianut oleh Indonesia (Faqi et al., 2023). Selain itu, untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden diperlukan Pemilu (Pemilihan Umum). Sejak tahun 1955, Pemilu yang diadakan secara demokratis telah menjadi bagian integral dari kehidupan politik Indonesia. Tradisi ini berlanjut hingga saat ini, dengan menggelar pesta demokrasi setiap lima tahun sekali bagi hampir seluruh warga negara (Nurcholis & Rizki Putra, 2020).

Partisipasi politik mengacu pada keterlibatan aktif setiap anggota masyarakat dalam proses politik, mulai dari kegiatan di tingkat lokal seperti di kampung atau kelurahan, hingga ikut serta dalam partai politik untuk merebut kekuasaan, yang memuncak pada saat Pemilu. Pilkada serentak menjadi tantangan bagi setiap elemen

dalam negara ini, termasuk pemilih (warga negara) yang memiliki hak suara untuk menentukan pemenang dan masa depan daerah mereka selama 5 tahun ke depan. Di antara jutaan pemilih di negara ini, terdapat individu yang pertama kali mengikuti proses pemilihan kepala daerah, yang disebut sebagai pemilih pemula. Pemilih pemula adalah mereka yang berusia 17 tahun atau yang pertama kali melakukan pemilihan, biasanya merupakan pelajar SMA. Mereka akan mengalami pengalaman pertama dalam memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), serta Presiden dan Wakil Presiden.

Pemilih pemula dikenal sebagai kelompok yang unik karena mereka menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi, lebih rasional, selalu mencari perubahan, dan cenderung memiliki pragmatisme yang rendah terhadap kadar polusi. Tingkat kesadaran politik menjadi faktor kunci yang mempengaruhi partisipasi mereka dalam pemilu, seiring dengan pengetahuan dan pemahaman akan hak serta kewajiban terkait lingkungan. Yang membedakan pemilih pemula dari kelompok lain adalah kurangnya pengalaman politik mereka dalam menghadapi pemilu. Oleh karena itu, keputusan mereka

cenderung tidak stabil dan dapat berubah-ubah sesuai dengan informasi atau preferensi yang politik dapat mengakibatkan kurangnya kesadaran dalam berpolitik, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat partisipasi. Melalui pendidikan pemilih dan sosialisasi, diharapkan pemilih pemula dapat berperan aktif dalam menggunakan hak pilihnya..



Grafik 1.1 Angka Partisipasi Anak Muda dalam Pemilu 2014 dan Pemilu 2019

Berdasarkan grafik di atas, terlihat jumlah pemilih berusia muda pada kegiatan Pemilu. Hasil survei dari Centre for Strategic and International Studies (CSIS) menunjukkan bahwa partisipasi pemilih muda di Indonesia meningkat dari Pemilu 2014 ke Pemilu 2019. Pada Pemilu 2014, 85,9% responden menyatakan mereka ikut memilih, sementara 11,8% tidak menggunakan hak pilih, dan 2,3% tidak memberikan jawaban. Namun, pada Pemilu 2019, persentase pemilih meningkat menjadi 91,3%, dengan 8% tidak ikut serta, dan 0,7% tidak memberikan jawaban.

Banyak pemilih pemula belum sepenuhnya memahami pentingnya partisipasi dalam proses politik. Pemilih pemula yang hidup di era digital menghadapi tantangan berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka yang lahir di tengah pesatnya teknologi digital memiliki akses mudah terhadap informasi, termasuk politik. Ini berbeda dengan era sebelumnya, di mana setelah reformasi, politik dan proses informasi mengalami perubahan mendasar, meninggalkan kenangan buruk dari orde baru bagi bangsa Indonesia, di mana kebebasan dan hak mendapatkan informasi sangat terbatas. Saat ini, pemerintah dan masyarakat secara umum mendukung kebebasan mendapatkan informasi melalui media sosial.

Di Kepulauan Riau, jumlah pemilih pemula pada PILKADA 2020 sekitar 37.158 orang (Priyo Handoko). Setelah hari pemungutan suara diundur menjadi 9 Desember 2020, terjadi penurunan jumlah pemilih pemula tambahan sebanyak 5.951 orang, yaitu individu yang berusia 17 tahun antara 24 September 2020 hingga 9 Desember 2020, atau yang lahir antara 24 September 2003 hingga 9 Desember 2003

mereka terima dari sekitarnya. Ketidakpedulian dan ketidakstabilan mereka terhadap dunia (KPU Kepulauan Riau). Selain itu, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Batam, Marwadi, menyatakan adanya peningkatan keikutsertaan pemilih pemula pada Pemilu 2024 yang akan datang, mencapai sekitar 21% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data tersebut, penulis tertarik meneliti pengaruh media sosial Instagram terhadap persepsi pemilih pemula, karena mereka adalah kelompok yang pertama kali menggunakan hak pilih. Mereka memiliki berbagai faktor penentu dalam menentukan pilihan, seringkali dianggap apatis terhadap politik di Indonesia, mungkin karena banyaknya berita palsu (hoaks) dan kurangnya pengetahuan politik yang membuat mereka rentan terhadap mobilisasi. Namun, di era digital saat ini, informasi mudah diakses, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Platform ini digunakan sebagai sarana mendapatkan informasi politik yang akan mempengaruhi Pilkada serentak tahun 2024 di Kepulauan Riau.

KAJIAN TEORI

2.1.1 Komunikasi Politik

Menurut Susanto (1985: 2), komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang bertujuan untuk mencapai pengaruh tertentu sehingga isu-isu yang dibahas dapat mempersatukan seluruh warga melalui sanksi yang telah disepakati bersama. Kantaprawira (1988: 60) menyatakan bahwa komunikasi politik memiliki peran dalam menghubungkan pikiran politik dalam masyarakat, baik itu dalam kelompok internal, institusi, asosiasi, maupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor pemerintahan. Dari beberapa pengertian komunikasi politik di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah proses pengiriman informasi politik yang relevan dari satu bagian sistem politik ke bagian lainnya, serta antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Dalam hal ini, komunikasi politik adalah proses berkelanjutan yang juga melibatkan pertukaran informasi antara individu-individu dan kelompok-kelompoknya di semua tingkatan masyarakat. Menurut Harsono Suwardi, komunikasi politik memiliki beberapa perspektif, yaitu perspektif sempit dan perspektif luas. Dalam perspektif sempit, komunikasi politik mencakup semua bentuk pesan yang disampaikan, baik berupa lambang, simbol, kata-kata, maupun isyarat. Sedangkan dalam perspektif luas, komunikasi politik mencakup semua jenis penyampaian pesan, terutama yang mengandung muatan informasi besar dan dibagikan dalam jumlah besar pula.

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan oleh

pelaku komunikasi politik. Sesuai dengan sifat tujuan komunikasi, ini sering kali mencakup penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan opini publik, dan mengatasi pendapat atau tuduhan dari lawan politik. Selain itu, komunikasi politik juga bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan simpati dari masyarakat, khususnya dalam rangka meningkatkan partisipasi politik menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah. Komunikasi politik memiliki beberapa fungsi, di antaranya: (1) Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai upaya yang dilakukan oleh lembaga politik dan hubungannya dengan pemerintah serta masyarakat. (2) Melakukan sosialisasi terkait kebijakan, program, dan tujuan lembaga politik. (3) Memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan pendukung partai. (4) Berfungsi sebagai platform untuk menghimpun ide-ide masyarakat, yang kemudian menjadi topik pembicaraan dalam bentuk opini publik. (5) Mendidik masyarakat melalui penyediaan informasi dan sosialisasi mengenai proses pemilihan umum serta penggunaan hak pilih mereka. (6) Menyajikan hiburan kepada masyarakat sebagai bagian dari perayaan demokrasi.

2.1.2 Pemilih Pemula

Pemilih pemula adalah warga negara yang secara resmi memenuhi syarat untuk menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum, baik di tingkat daerah maupun nasional di Indonesia. Mereka adalah individu yang pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam suatu pemilihan umum, baik itu pemilu nasional maupun pilkada, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Nurcholis & Rizki Putra, 2020). Komisi Pemilihan Umum (KPU) mendefinisikan pemilih pemula sebagai mereka yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya, dengan beberapa karakteristik sebagai berikut: (1) Belum pernah memilih atau memberikan suara di TPS sebelumnya. (2) Tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam pemilihan. (3) Memiliki tingkat antusiasme yang tinggi dan keputusan cenderung didasarkan pada emosi daripada pertimbangan rasional. (4) Pemilih muda yang masih penuh semangat dan gejalak. (5) Memiliki rasa ingin tahu dan mencoba hal-hal baru. (6) Bersedia berpartisipasi dalam pemilu (Pemilihan Umum) meskipun dengan latar belakang yang beragam.

2.1.3 Media Baru

Secara harfiah, istilah "new" berarti baru, sementara "media" merujuk pada alat yang digunakan oleh komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Oleh karena itu, new media dapat diartikan sebagai alat baru yang digunakan oleh komunikator untuk

menyampaikan pesan kepada komunikan. New media mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai sumber hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, new media adalah cara baru untuk merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, memberikan pengalaman baru dalam menggambarkan seseorang, identitas, dan komunitas. Kelima, berhubungan dengan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

Media baru berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital, seperti media yang sudah ada sebelumnya seperti televisi, radio, dan surat kabar. Media baru memiliki beberapa karakteristik utama: (1) Interaktif, fitur ini menjadi salah satu elemen kunci dari media baru karena media baru dianggap lebih interaktif dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar. (2) Hypertext, ini mengacu pada kemampuan media baru untuk menciptakan ulang semua informasi yang ada dalam media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar dalam bentuk layar yang diadaptasi. Hal ini berfungsi sebagai database perpindahan informasi dari media lama ke media baru, sehingga data dari media sebelumnya tidak hilang begitu saja.

Media baru muncul sebagai hasil dari pesatnya perkembangan teknologi yang digunakan oleh manusia. Beberapa keuntungan dari media baru antara lain: > Pencarian informasi yang lebih mudah dan cepat: Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar-dasar Penyiaran (2015), media baru telah merubah cara manusia mencari informasi dengan membuat proses tersebut lebih mudah dan cepat. Ini mempermudah akses manusia untuk mencari dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. > Kemudahan dalam memenuhi kebutuhan: Media baru tidak hanya mempermudah akses informasi, tetapi juga memberikan kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Transaksi jual beli melalui internet, berbelanja di online shop, dan sejenisnya menjadi lebih cepat dan mudah.

2.1.3.1 Instagram

Instagram atau sering disebut sebagai platform berbagi foto adalah salah satu media sosial yang sangat populer saat ini karena menawarkan nilai tambah dalam hal filter atau efek. Mirip dengan Twitter, pengguna Instagram dapat mengikuti orang lain dan juga diikuti kembali oleh orang tersebut. Pengguna dapat saling memberikan "like" terhadap setiap postingan yang mereka unggah, baik berupa foto maupun video. Instagram menjadi begitu populer karena

menyediakan berbagai efek instan yang menarik. Sebagian besar efek yang tersedia dalam aplikasi ini mampu mengubah tampilan foto dan video secara kreatif. Instagram adalah jejaring sosial terbesar saat ini, dengan anggota lebih dari setengah miliar orang dan terus berkembang. Platform ini juga berfungsi sebagai pusat penghubung untuk kegiatan pemasaran, dan keberadaannya telah mengancam eksistensi platform media yang dimiliki oleh perusahaan sendiri (owned media) dan media berbayar (paid media).

2.1.4 Persepsi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung terhadap suatu serapan, atau sebagai proses seseorang dalam memperoleh pengetahuan melalui panca inderanya. Persepsi tidak hanya tergantung pada hal-hal fisik, tetapi juga terkait dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut. Dalam proses memperoleh atau menerima informasi, objek lingkungan juga memainkan peran penting. Suatu rangsangan dianggap sebagai peristiwa-peristiwa yang ada dalam lingkungan eksternal individu, yang diterima melalui alat sel syaraf dan kemudian mengalami proses pengolahan sensorik. Ketika sejumlah sensasi masuk ke dalam struktur yang lebih dalam dari sistem saraf, maka sensasi tersebut kemudian dikenal sebagai persepsi.

Proses persepsi dimulai dari proses menerima rangsangan, menyeleksi, mengorganisasi, menafsirkan, mengecek dan reaksi terhadap rangsangan. Ada dua jenis proses persepsi, yaitu :

- Proses fisik
- Proses psikologis

Proses persepsi dimulai dari penginderaan yang menimbulkan stimulus dari reseptor yang dilanjutkan dengan pengolahan data pada syaraf sensorik otak atau dalam pusat kesadaran. Proses ini disebut juga dengan proses fisiologis.

- Proses psikologis

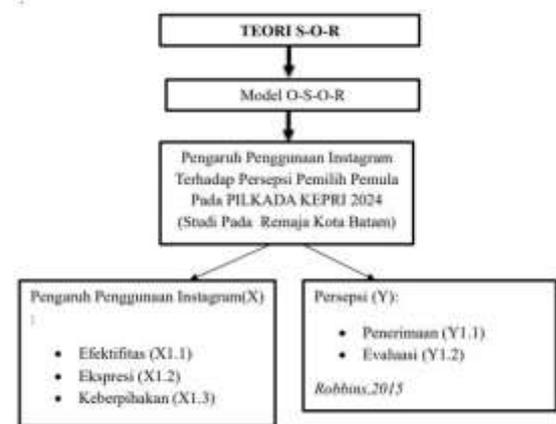
Proses pengolahan data pada syaraf sensorik otak akan menyebabkan reseptor menyadari apa yang dilihat, didengar, atau apa yang diraba.

2.1.5 Teori S-O-R

Pada era 1930-an, muncul suatu model klasik dalam bidang komunikasi yang sangat dipengaruhi oleh teori psikologi, yaitu Teori S-O-R. Model ini menggabungkan konsep objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi, fokusnya adalah pada manusia dan komponen-komponen jiwa seperti sikap, opini, perilaku, persepsi, kognisi, efeksi (sikap yang berporos pada perasaan), dan konasi (sikap yang berporos pada tendensi berperilaku). Berdasarkan konsep stimulusrespon, model ini menegaskan bahwa efek yang timbul merupakan reaksi khusus terhadap stimulus tertentu. Unsur-unsur kunci

dalam model ini mencakup Pesan (stimulus, S), Komunikan (organisme, O), dan Efek (respon, R). Teori S-O-R, merupakan suatu kerangka teoritis dalam studi komunikasi. Teori ini menekankan peran kuat media massa dalam memengaruhi penerima pesan. Dalam pandangan teori S-O-R, komunikasi disederhanakan menjadi dua komponen utama, yaitu media massa dan khalayak sebagai penerima pesan. Namun, teori ini juga mengakui bahwa respon sebenarnya yang muncul dari penerima pesan dipengaruhi oleh organisme (O), yang merujuk pada faktor-faktor internal atau karakteristik individu yang memodifikasi tanggapan terhadap stimulus. Dengan demikian, dinamika komunikasi dijelaskan sebagai suatu proses interaksi kompleks antara stimulus, organisme, dan respon, yang memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana pesan diterima dan diproses oleh khalayak.

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir (Sumber : Peneliti)

2.3 Hipotesis Penelitian

Dari uraian teoritis, struktur ideologi dan hasil penelitian selama ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas pernyataan penelitian, yang dinyatakan sebagai berikut :

H1 : adanya pengaruh antara Instagram dan persepsi terhadap pemilih pemula di Kepulauan Kepri.

H2 : adanya keterikatan secara khusus yang dihadapi sebuah media sosial Instagram terhadap Persepsi pemilih pemula pada PILKADA KEPRI 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mengukur nilai variabel atau lebih dengan menggunakan sampel (Firwish dan Suhardi, 2020). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berakar pada filsafat positivisme, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data

menggunakan instrumen penelitian dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini juga menerapkan pendekatan naturalistik, yang berdasarkan pada paradigma konstruktivis untuk memahami dunia dari sudut pandang subjek penelitian. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami fenomena dalam konteks alami mereka, di mana peneliti mengamati subjek dalam lingkungan asli mereka tanpa melakukan intervensi (Lincoln dan Guba, 1985). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan naturalistik akan digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung melalui kuesioner dan observasi langsung (Patton, 2002).

Penelitian ini juga mengadopsi pendekatan naturalistik, yang didasarkan pada paradigma konstruktivis untuk memahami dunia dari perspektif subjek penelitian. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami fenomena dalam konteks alaminya, di mana peneliti mengamati subjek dalam lingkungan asli mereka tanpa melakukan campur tangan atau intervensi (Lincoln dan Guba, 1985). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan naturalistik akan digunakan untuk mengumpulkan data langsung melalui penggunaan kuesioner dan observasi langsung (Patton, 2002).

Populasi dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa sampel atau responden memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian yang sedang dilakukan. Pemilihan pemula adalah individu yang baru saja memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum. Umumnya, kelompok ini terdiri dari remaja yang baru mencapai usia yang memungkinkan untuk memberikan suara, yaitu 17 tahun atau lebih, atau dalam keadaan khusus di mana mereka baru saja memperoleh hak pilih. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Masyarakat yang berumur 17 Tahun-21 Tahun (Franklin,2004) di Kota Batam dan yang sudah memiliki KTP di Provinsi Kepulauan Riau. yang Dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik terdapat 225.095 Ribu Jiwa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Pengaruh Instagram)

Pertanyaan Variabel Pengaruh Instagram (X)			
Kode Item	r hitung	r tabel	Interpretasi
1 X1	0.463	0.154	Valid
2 X2	0.628		Valid
3 X3	0.483		Valid
4 X4	0.452		Valid
5 X5	0.488		Valid
6 X6	0.344		Valid

7 X7	0.444	Valid
8 X8	0.386	Valid
9 X9	0.250	Valid
10 X10	0.199	Valid
11 X11	0.309	Valid
12 X12	0.488	Valid
13 X13	0.456	Valid
14 X14	0.388	Valid
15 X15	0.412	Valid
16 X16	0.443	Valid
17 X17	0.398	Valid
18 X18	0.435	Valid
19 X19	0.454	Valid
20 X20	0.438	Valid
21 X21	0.570	Valid
22 X22	0.619	Valid
23 X23	0.57	Valid
24 X24	0.338	Valid
25 X25	0.206	Valid
26 X26	0.223	Valid
27 X27	0.257	Valid
28 X28	0.507	Valid
29 X29	0.605	Valid
30 X30	0.683	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y (Persepsi)

Kode Item	r hitung	r tabel	Interpretasi
1 Y1	0.245	0.154	Valid
2 Y2	0.492		Valid
3 Y3	0.443		Valid
4 Y4	0.551		Valid
5 Y5	0.248		Valid
6 Y6	0.431		Valid
7 Y7	0.235		Valid
8 Y8	0.578		Valid
9 Y9	0.382		Valid
10 Y10	0.530		Valid
11 Y11	0.459		Valid
12 Y12	0.379		Valid
13 Y13	0.263		Valid
14 Y14	0.439		Valid
15 Y15	0.228		Valid
16 Y16	0.535		Valid
17 Y17	0.372		Valid
18 Y18	0.403		Valid
19 Y19	0.458		Valid
20 Y20	0.578		Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Pengolahan data dari Tabel 4.10 menyatakan bahwa semua item valid pada variabel Persepsi dalam penelitian ini dikarenakan hasil koefisien korelasi (r_{hitung}) dari 20 pernyataan berada di atas r_{tabel} yaitu 0,154.

4.1.2 Uji Reliabilitas

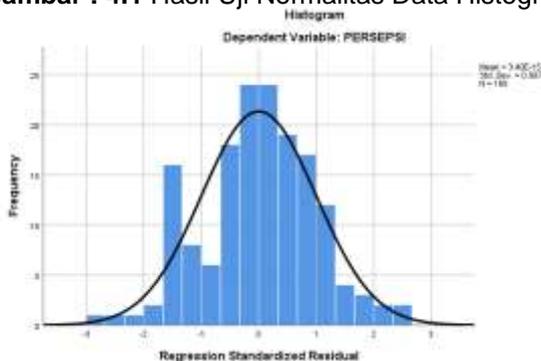
Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Interpretasi
Pengaruh Instagram (X)	0.852	> 0,60	Reliabel
Persepsi (Y)	0.751		Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Dapat dilihat dari tabel 4.11 menunjukkan hasil perhitungan realibilitas pada variabel Pengaruh Instagram (X) sebanyak 0.852 dan variabel Persepsi sebanyak 0.751. Maka dari itu semua variabel telah dinyatakan reliabel dengan kriteria > 0.60.

4.1.3 Uji Normalitas

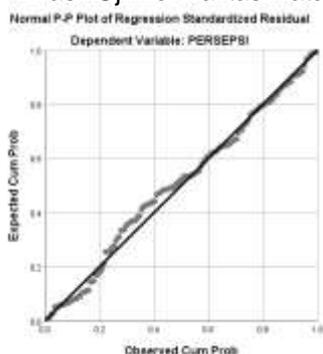
Gambar : 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Berdasarkan hasil olah data pada Gambar 4.1 menyatakan bahwa model regresi berdistribusi normal, karena menampilkan garis kurva yang menyerupai seperti lonceng (Bell) atau bell shaped serta berada di posisi tengah

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Berdasarkan hasil olah data pada Gambar 4.2 yang memuat hasil uji normalitas dengan menggunakan diagram normal P-P Plot Regression Standardized Residual yaitu bahwa sebaran titik mengikuti garis lurus secara diagonal,

sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memiliki distribusi normal. Selain menentukan apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal, juga diperlukan analisis statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov menggunakan data yang sama, dengan syarat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0.05 maka baru dapat dikatakan signifikan serta normal.

Tabel 4.3 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Devi	3.20104601
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.050
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 ^c

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25,2024

Hasil uji yang terlihat pada tabel 4.12 menyatakan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) memiliki nilai 0.084 > 0.005. Maka dapat dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.1.4 Uji Linear

Tabel 4.4 Hasil Uji Linieritas

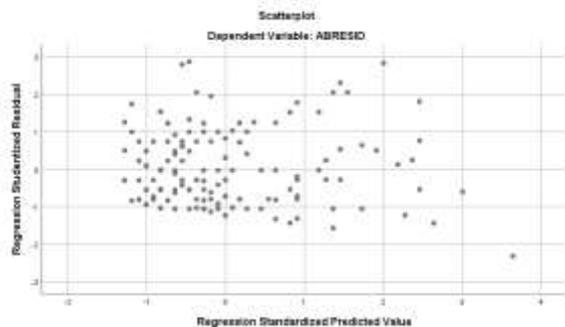
ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERSEPSI * PENGARUH INSTAGRAM	Between Groups	6269.751	38	164.993	17.639	0.000
	Linearity	5772.375	1	5772.375	617.094	0.000
	Deviation from Linearity	497.376	37	13.443	1.437	0.074
Within Groups		1131.849	121	9.354		
Total		7401.600	159			

Data dianggap linier jika dua kriteria terpenuhi: nilai signifikansi (Sig) untuk deviasi dari linearitas melampaui 0,05, dan nilai F terkait berada di bawah nilai F yang ditabulasikan (dalam kasus Anda 3.900). Dengan memperhatikan Tabel 4.13, maka dapat dilihat nilai F sebesar 1.437. Jauh lebih rendah dibandingkan nilai F yang ditabulasikan sebesar 3.900. Selain itu, nilai Sig yang terkait dengan deviasi dari linearitas adalah 0.074, yang secara signifikan melebihi ambang

batas 0.050. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan hubungan yang linear.

4.1.5 Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas



Penyebaran titik di atas menunjukkan bahwa poin-poin tersebut tidak memiliki pola atau pengelompokan tertentu, yang mengindikasikan bahwa distribusi residu (kesalahan) tidak bergantung pada nilai-nilai variabel independen. Titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, menandakan bahwa residu tidak selalu mendukung nilai positif atau negatif. Ini menunjukkan bahwa tidak ada bias sistematis dalam distribusi di seluruh sumbu.

4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.5 Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.937	2.890		4.823	0.000
PENGARUH INSTAGRAM	0.550	0.023	0.883	23.660	0.000

a. Dependent Variable: PERSEPSI

Berdasarkan pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai Constant (a) terdapat nilai 13.937, sedangkan nilai variabel Pengaruh Instagram (koefisien Regresi) terdapat nilai 0.550, Sehingga menghasilkan persamaan regresinya yang dapat tertulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13.937 + 0.550 X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai :

- Konstanta mempunyai nilai 13.937 yang terdapat arti bahwa nilai konsisten variabel dependen Persepsi (Y) adalah 13.937.
- Koefisien regresi X sebesar 0.550 yang terdapat arti setiap penambahan 1% nilai Pengaruh Instagram (X), maka nilai Persepsi (Y) bertambah sebesar 0.550. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

4.1.7 Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.883 ^a	0.780	0.778	3.211	

a. Predictors: (Constant), PENGARUH INSTAGRAM

Pada penelitian ini terdapat satu variabel independen yang dimana menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinan yang berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh adalah R Square yang mempunyai nilai 0.780.

Yang mengartikan bahwa persepsi (Y) mendapatkan pengaruh dari penggunaan instagram (X) sebesar 78% pada regresi linear sedangkan sisanya sebesar 22% tidak masuk dalam penelitian ini.

4.1.8 Uji Parsial (T)

Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.937	2.890			4.823	0.000
PENGARUH INSTAGRAM	0.550	0.023	0.883		23.660	0.000

a. Dependent Variable: PERSEPSI

Pada penelitian ini terdapat satu variabel independen yang dimana menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinan yang berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh adalah R Square yang mempunyai nilai 0.780. Yang mengartikan bahwa persepsi (Y) mendapatkan pengaruh dari penggunaan instagram (X) sebesar 78% pada regresi linear sedangkan sisanya sebesar 22% tidak masuk dalam penelitian ini.

Hasil dari analisis data menggunakan aplikasi SPSS 25 menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Instagram (X) memiliki nilai thitung sebesar 23.660, dengan nilai ttabel sebesar 1.654. Dengan thitung yang lebih besar dari ttabel ($23.660 > 1.654$), pengujian ini konsisten dengan temuan yang disampaikan oleh Haang et al. (2020), yang menyimpulkan bahwa variabel Pengaruh Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pemilih pemula terhadap PILKADA KEPRI 2024 di Kota Batam secara parsial. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Instagram berkontribusi secara positif terhadap persepsi pemilih pemula terkait PILKADA KEPRI 2024. Rata-rata respon jawaban menunjukkan nilai sebesar 660.9, yang dalam rentang skala menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi. Hal ini menandakan bahwa responden yang menjadi sampel cenderung setuju bahwa Instagram memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi mereka terhadap PILKADA KEPRI 2024 di Kota

Batam. Instagram sebagai platform telah berperan penting dalam menyebarkan informasi politik, isu-isu terkini, dan pengetahuan yang lebih luas mengenai politik, khususnya di era saat ini di mana generasi muda sangat melek teknologi. Oleh karena itu, perkembangan politik di Indonesia harus terus mengikuti perkembangan teknologi untuk melibatkan generasi terbaru dalam proses politik demi kemajuan negara.

4.2 Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Persepsi Pemilih Pemula

Indikator efektifitas Politik (X1.1) mempengaruhi penerimaan persepsi (Y1.1) melalui penggunaan Instagram, yaitu dengan memaparkan langsung kepada remaja (pemilih pemula) dengan berbagai informasi politik yang dapat mempengaruhi pengetahuan mereka tentang proses politik, pandangan terhadap kandidat, dan motivasi untuk terlibat dalam pemilihan. Proses penerimaan persepsi sendiri didasari dengan aspek fisiologis yang membuat individu (O) dapat memberikan tanggapan maupun respon (R). Hal ini terbukti dari nilai rata-rata dari indikator efektifitas politik (X1.1) pada angka 655.1 serta pada indikator penerimaan (Y1.1) sebanyak 654.7 yang dalam rentang skala masuk pada kriteria setuju.

Indikator efektifitas politik (X1.1) mempengaruhi evaluasi persepsi (Y1.2) menggunakan media penggunaan Instagram, yang dimana secara langsung menyebarkan informasi politik berupa konten, gambar maupun proses politik untuk dievaluasi secara stimulan oleh pemilih pemula selaku (O) organisme. Proses evaluasi ini

mencakup penilaian kritis terhadap kandidat melalui postingan, kampanye digital, dan interaksi di Instagram, yang akhirnya berdampak pada keputusan pemilih dalam Pilkada. Hal ini terbukti dengan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator efektifitas politik (X1.1) pada nilai 655.1 serta pada indikator evaluasi persepsi (Y1.2) pada nilai 658.1 yang pada tabel rentang skala masuk pada kriteria setuju.

Dalam indikator ekspresi politik (X1.2) mempengaruhi penerimaan persepsi (Y1.1) melalui media sosial Instagram, dengan menyediakan platform bagi pemilih pemula untuk berdiskusi, menyatakan dukungan, atau menolak kandidat politik, sehingga meningkatkan partisipasi aktif dalam proses politik. Proses penerimaan sendiri muncul melalui interaksi sosial, validasi dari orang lain, dan pembentukan opini publik. Ketika pemilih pemula menyampaikan pandangan politik mereka, tanggapan dari audiens dapat memperkuat atau melemahkan pandangan tersebut, serta mempengaruhi cara pandangan tersebut diterima oleh masyarakat yang lebih luas. Hal ini terbukti dengan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator ekspresi politik (X1.2) sebanyak 668.5 serta dalam indikator penerimaan persepsi (Y1.1) berada di nilai 653.7 yang jika dilihat dengan tabel rentang skala masuk pada kriteria setuju.

Dalam indikator ekspresi politik (X1.2) mempengaruhi evaluasi persepsi (Y1.2) melalui media sosial Instagram, memungkinkan remaja memperoleh pandangan yang lebih beragam mengenai kandidat dan isu politik. Informasi yang dibagikan oleh teman atau tokoh yang mereka ikuti dapat memengaruhi opini mereka. Proses evaluasi sendiri melalui interaksi, diskusi, penyebaran informasi, dan penguatan identitas politik, ekspresi politik memungkinkan remaja untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam dan kritis terhadap kandidat politik. Partisipasi aktif dan keterlibatan emosional yang muncul dari ekspresi politik ini akhirnya membentuk cara pemilih pemula mengevaluasi kandidat dalam Pilkada. Dengan demikian, media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform penting dalam proses pembentukan persepsi politik di kalangan pemilih pemula. Hal ini terbukti dengan nilai rata-rata yang diperoleh oleh indikator ekspresi politik (X1.2) yaitu 668.5 serta nilai yang diperoleh oleh indikator evaluasi persepsi (Y1.2) yaitu 658.1 yang dimana jika dilihat pada tabel rentang skala menunjukkan kriteria setuju.

Indikator keberpihakan (X1.3) berpengaruh terhadap penerimaan persepsi (Y1.1) melalui Instagram, yang mengacu pada dukungan atau

preferensi individu terhadap kandidat atau isu politik tertentu. Pada platform Instagram, pemilih pemula dapat mengekspresikan dukungan mereka terhadap kandidat dengan mengikuti akun mereka, memberi like, atau membagikan konten yang mendukung. Tindakan ini membangun simpati atau kecenderungan positif terhadap kandidat, yang selanjutnya dapat meningkatkan penerimaan terhadap pesan dan pandangan yang disuarakan oleh kandidat tersebut. Instagram memainkan peran penting dalam membentuk cara pemilih pemula menerima dan menginterpretasikan informasi politik secara keseluruhan. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang efektif di media sosial perlu mempertimbangkan pengaruh keberpihakan dalam memengaruhi bagaimana pemilih pemula menerima persepsi dan sikap politik. Nilai rata-rata untuk indikator keberpihakan (X1.3) adalah 659.2, sementara untuk indikator penerimaan persepsi (Y1.1) adalah 653.7, yang menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi berdasarkan rentang skala yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada indikator keberpihakan (X1.3) mempengaruhi evaluasi persepsi (Y1.2) menggunakan Instagram, seperti dengan mengunggah atau membagikan konten yang mendukung, pemilih pemula dapat memperkuat dukungan sosial terhadap kandidat tertentu. Proses evaluasi disini memungkinkan mereka untuk xxx membangun afeksi atau perasaan positif terhadap kandidat dalam pandangan masyarakat. Dalam konteks ini, pemilih pemula cenderung mencari dan menginterpretasikan informasi yang mendukung keberpihakan mereka sendiri dengan lebih terbuka. Sebaliknya, mereka mungkin lebih skeptis terhadap informasi yang bertentangan atau mengkritik kandidat yang mereka dukung. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata yang dipunya oleh indikator keberpihakan (X1.3) sebanyak 659.2 serta nilai yang diperoleh oleh indikator evaluasi persepsi (Y1.2) sebanyak 658.1 yang dimana jika dilihat pada tabel rentang skala menunjukkan kriteria setuju.

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Dalam Pilkada Kepri 2024 (Studi Pada Remaja Kota Batam), maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh pada penggunaan aplikasi Instagram terhadap persepsi pemilih pemula dalam PILKADA KEPRI 2024 dengan hasil H0 ditolak dan Ha diterima. Pada variabel pengaruh penggunaan Instagram indikator yang paling berpengaruh ialah ekspresi politik dengan rata

rata yang mencapai 668.5. Serta pada variabel persepsi indikator yang paling berpengaruh ialah pada indikator evaluasi dengan nilai rata rata 658.1.

• Variabel pengaruh penggunaan instagram berpengaruh terhadap persepsi pemilih pemula dalam PILKADA KEPRI 2024 yang ditunjukkan dengan, thitung mempunyai nilai yang lebih besar dari ttabel dan mempunyai nilai signifikasi lebih minim dari nilai alpha. Serta hasil dari koefisien determinasi Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Persepsi Pemilih Pemula Dalam Pilkada Kepri 2024 (Studi Pada Remaja Kota Batam) mempunyai nilai sebesar 78% dengan sisanya sebesar 22% dari varians tetap tidak dapat dijabarkan oleh variabel yang ada pada penelitian ini.

5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh peneliti memiliki tujuan untuk memberikan masukan kepada subjek peneliti selanjutnya, saran tersebut yaitu :

5.2.1 Saran Teoritis

•Diharapkan penelitian ini memiliki potensi untuk menambah wawasan dalam teori literasi politik dengan memperhatikan peran media sosial, terutama Instagram, sebagai sumber informasi politik utama bagi pemilih pemula. Studi mendatang dapat mengembangkan kerangka teoretis yang mengintegrasikan literasi digital dengan literasi politik guna memahami perilaku pemilih di era digital.

5.2.2 Saran Praktis

- Diharapkan bahwa komunitas Maha Vihara Duta Maitreya bisa meningkatkan partisipasi pada hak pemilih dalam politik.
- Pemerintah dan lembaga pemilu bisa menyelenggarakan program pelatihan dan edukasi yang ditujukan khusus untuk pemilih pemula.
- Pemerintah memberikan regulasi dan kebijakan dalam penggunaan media sosial dalam rangka edukasi politik pada pemilih pemula

DAFTAR PUSTAKA

- Lubis, A. (2021). *Dasar-dasar Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cindoswari, A. R., & Dina, D. (2019). Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas KPopers Batam. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(2), 275–285.
- Fathurokhman, B. (2022). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum (Pemilu). *Journal of Research and Development on Public Policy*, 1(1), 51–59. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i1.68>
- Musticho, A. W., Salsabilla, I. A., Laila, R., & Sari, M. A. (2023). Peran Pemilih Pemula melalui Ruang Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Pemilihan Umum 2024. *Verfassung: Jurnal Hukum Tata Negara*, 2(2), 169–186. <https://doi.org/10.30762/vjhtn.v2i2.271>
- Azirah. (2019). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pesta Demokrasi. *Politica: Jurnal Hukum Tata Negara Dan Politik Islam*, 6(2), 86–100. <https://doi.org/10.32505/politica.v6i2.2735>
- Carvalho, B. P., Custódio, C., Geys, B., Mendes, D., & Peralta, S. (2023). Information, perceptions, and electoral behaviour of young voters: A randomised controlled experiment. *Electoral Studies*, 84(June 2022), 102625. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2023.102625>
- . M., . I., & Lubis, E. (2020). Student First-Time Voters' Perception in Jakarta Toward Election System in Indonesia: Through Their Participation in Election. *KnE Social Sciences*, 2020, 355–365. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i14.7893>
- Al-Hamdi, R., & Sofyan, N. (2023). To What Extent Political Education Can Influences Young Voters' Perceptions? *Journal of Government and Civil Society*, 7(1), 119. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v7i1.7259>
- Hindarto, I. H. (2022). Tiktok and Political Communication of Youth: A Systematic Review. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 12(2), 146–176. <https://doi.org/10.15642/jrp.2022.12.2.146-176>
- Arianti, G. (2023). Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Penerapan Sistem E-Voting Pada Pemilu 2024. *Jurnal CommLine*, 08(02), 82–93.
- Shadiqi, M. A., Mangkurat, U. L., & Ernawati, G. (2022). Educational Intervention Program for Young Voters: Improving Political Knowledge and Voting Behavior in the 2020 Simultaneous Local Elections. *Jurnal Politik*, 8(1). <https://doi.org/10.7454/jp.v8i1.1061>
- Herning Suryo, & Haryo Kusumo Aji. (2019). Media Sosial Dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, IV(1), 87–94.