

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Social Media Political Participation Model Pemilih Pemula Pilpres 2024” ini ditulis oleh Devi Oktaviani Wulandari, NIM. 126304214225, dengan pembimbing Ucik Ana Faradilla, S.Si., M. I.Kom

Kata Kunci: Pemilih Pemula, Partisipasi Politik, Media Sosial, SMPPM, Pilpres 2024

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya penggunaan media sosial di kalangan pemilih pemula namun tidak diimbangi dengan tingkat partisipasi politik yang aktif, khususnya dalam menghadapi Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Pemilih pemula merupakan generasi yang memiliki akses informasi politik yang luas di media sosial, namun mereka cenderung menunjukkan partisipasi politik yang rendah, seperti hanya mencari atau menyukai konten politik tanpa terlibat aktif dalam kampanye atau diskusi. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji, mengingat pemilih pemula memiliki peran strategis dalam keberlangsungan demokrasi dalam penyelenggaraan pemilu di Indonesia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana tingkat partisipasi politik pemilih pemula pada Pilpres 2024 berdasarkan *Social Media Political Participation Model (SMPPM)*?”. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat partisipasi politik pemilih pemula dalam Pilpres 2024 berdasarkan aspek-aspek dalam *SMPPM*, yaitu *pre-exposure*, *exposure*, *reception*, dan *behavioral situation*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 130 responden pemilih pemula yang aktif menggunakan media sosial. Instrumen penelitian terdiri atas 40 butir pernyataan berbasis skala Likert. Data dianalisis menggunakan *SMPPM* dengan klasifikasi persentase untuk mengetahui kategori partisipasi politik (tinggi, rendah, dan tidak ada).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi politik pemilih pemula tergolong rendah. Sebanyak 60% responden menunjukkan partisipasi politik rendah, 27,69% menunjukkan partisipasi politik tinggi, dan 12,31% tidak ada partisipasi politik. Partisipasi politik rendah pemilih pemula Pilpres 2024 meliputi kegiatan ringan seperti mencari informasi politik (69,23%), menyukai postingan terkait politik (55,38%), membuat cerita atau *story* (13,08%), dan mengikuti akun tokoh politik (26,92%). Partisipasi politik tinggi meliputi aktivitas yang berpengaruh lebih besar seperti komentar atau berdiskusi terkait politik (21,54%), membuat postingan politik (6,92%), mengirim pesan langsung atau *DM* kepada tokoh politik (3,08%), dan membuat artikel politik (3,85%). Tidak ada aktivitas politik atau tidak ada upaya partisipasi rendah ataupun tinggi 12,31%. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pemilih pemula merupakan pengguna aktif media sosial, keterlibatan mereka dalam politik masih bersifat pasif.

ABSTRACT

This thesis, titled “Social Media Political Participation Model of First-Time Voters in the 2024 Presidential Election,” was written by Devi Oktaviani Wulandari, Student ID 126304214225, under the supervision of Ucik Ana Faradilla, S.Si., M.I.Kom.

Keywords: *First-Time Voters, Political Participation, Social Media, SMPPM, 2024 Presidential Election*

This study is motivated by the high use of social media among first-time voters, which is not balanced by active political participation, particularly in the context of the 2024 Presidential Election (Pilpres). First-time voters represent a generation with broad access to political information through social media, yet they tend to exhibit low levels of political participation, such as merely searching for or liking political content without actively engaging in campaigns or discussions. This phenomenon is important to examine, considering the strategic role of first-time voters in sustaining democracy during the implementation of elections in Indonesia.

The formulation problem in this study is: “What is the level of political participation of first-time voters in the 2024 Presidential Election based on the Social Media Political Participation Model (SMPPM)?” Based on this problem, the study aims to determine the political participation level of first-time voters in the 2024 Presidential Election through the dimensions of SMPPM, namely pre-exposure, exposure, reception, and behavioral situation.

This research uses a descriptive quantitative method. Data were collected through the distribution of questionnaires to 130 first-time voters who actively use social media. The research instrument consisted of 40 statements using a Likert scale. Data were analyzed using SMPPM and percentage classification to determine the category of political participation (high, low, or none).

The results show that the political participation level of first-time voters is categorized as low. A total of 60% of respondents demonstrated low political participation, 27.69% showed high participation, and 12.31% indicated no political participation. Low participation in the 2024 Presidential Election included light activities such as searching for political information (69.23%), liking political posts (55.38%), posting political stories (13.08%), and following political figures (26.92%). High participation included more influential actions such as commenting or discussing political issues (21.54%), posting political content (6.92%), sending direct messages to political figures (3.08%), and writing political articles (3.85%). Meanwhile, 12.31% of respondents showed no political activity at all. These findings suggest that although first-time voters are active social media users, their political engagement remains largely passive.

املست خلاص

تحمل هذه الأطروحة عنوان "نموذج المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي للناخبين لأول مرة في الانتخابات الرئاسية لعام ألفين وأربعة وعشرين"، وقد أعدتها ديفي أوقتاقياني وولانداري، رقم القيد S.Si., M.I.Kom. ١٢٦٣٠٤٢١٤٢٢٥، تحت إشراف أوسي أنه فارديلة SMPPM، الكلمات المفتاحية: الناخبون لأول مرة، المشاركة السياسية، وسائل التواصل الاجتماعي، نموذج الانتخابات الرئاسية ٢٠٢٤.

تتعلق هذه الدراسة من واقع الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الناخبين لأول مرة، دون أن يقابله مستوى نشاط من المشاركة السياسية، وخصوصاً في سياق الانتخابات الرئاسية لعام ألفين وأربعة وعشرين. فالناخبون لأول مرة يمثلون جيلاً يمتلك وصولاً واسعاً إلى المعلومات السياسية عبر الإنترنت لكنهم يميلون إلى إظهار مستويات منخفضة من المشاركة، كالاكتفاء بالبحث عن المحتوى السياسي أو الإعجاب به دون الانخراط الفعلي في الحملات أو النقاشات السياسية. ويُعد هذا الأمر جديراً بالدراسة، بالنظر إلى الدور الاستراتيجي الذي يلعبه هذا الجيل في دعم الديمقراطية أثناء إجراء الانتخابات في إندونيسيا.

تتمثل إشكالية البحث في السؤال التالي: "ما هو مستوى المشاركة السياسية للناخبين لأول مرة في الانتخابات الرئاسية لعام ألفين وأربعة وعشرين بناءً على نموذج المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟". وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة هذا المستوى من خلال أبعاد النموذج الأربعة: ما قبل (SMPPM) (التعرض، والتعرض، والاستقبال، والوضع السلوكي).

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي الوصفي. وقد جمعت البيانات عن طريق توزيع استبيان على مائة وثلاثين من الناخبين لأول مرة ممن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بنشاط. وتكونت أداة البحث من وتصنيف النسب المئوية SMPPM أربعين بنداً باستخدام مقياس ليكرت. تم تحليل البيانات باستخدام نموذج لتحديد فئة المشاركة السياسية (مرتفعة، منخفضة، أو معدومة).

تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى المشاركة السياسية للناخبين لأول مرة يُصنّف بأنه منخفض. إذ أظهر ستون بالمائة من المجيبين مشاركة سياسية منخفضة، وسبعة وعشرون فاصل تسعة وستون بالمائة مشاركة مرتفعة بينما لم يُظهر اثنا عشر فاصل واحد وثلاثون بالمائة أي مشاركة على الإطلاق. تضمنت المشاركة المنخفضة أنشطة خفيفة مثل البحث عن المعلومات السياسية (تسعة وستون فاصل ثلاثة وعشرون بالمائة)، والإعجاب بالمشورات السياسية (خمسة وخمسون فاصل ثمانية وثلاثون بالمائة)، ونشر القصص المتعلقة بالسياسة (ثلاثة عشر فاصل ثمانية بالمائة)، ومتابعة الشخصيات السياسية (ستة وعشرون فاصل اثنان وتسعون بالمائة). أما المشاركة المرتفعة فتضمنت أعمالاً ذات تأثير أكبر مثل التعليق أو المناقشة السياسية (واحد وعشرون فاصل أربعة وخمسون بالمائة)، وإنشاء منشورات سياسية (ستة فاصل اثنان وتسعون بالمائة) وإرسال رسائل مباشرة إلى الشخصيات السياسية (ثلاثة فاصل ثمانية بالمائة)، وكتابة مقالات سياسية (ثلاثة فاصل خمسة وثمانون بالمائة). في حين لم يُظهر اثنا عشر فاصل واحد وثلاثون بالمائة من المشاركين أي نشاط سياسي. وتُظهر هذه النتائج أن الناخبين لأول مرة، رغم نشاطهم على وسائل التواصل الاجتماعي لا تزال مشاركتهم السياسية في الغالب سلبية.