

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI
POLITIK GENERASI MILENIAL HIMPUNAN MAHASISWA ACEH
SELATAN (HAMAS) PADA PEMILU PRESIDEN 2019**

Skripsi

Diajukan Oleh

Julpahmi

NIM. 150801053

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Jurusan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2023**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI
POLITIK GENERASI MILENIAL HIMPUNAN MAHASISWA ACEH
SELATAN (HAMAS) PADA PEMILU PRESIDEN 2019**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) dalam Ilmu Politik

Oleh

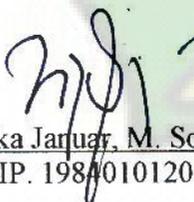
JULPAHMI
NIM. 150801053

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik

Disetujui untuk dimunaqasyah oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Eka Jarug, M. Soc.Sc
NIP. 198401012015031003


Aklima, S.Fil.,MA
NIP. 198810062019032009

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI
POLITIK GENERASI MILENIAL HIMPUNAN MAHASISWA ACEH
SELATAN (HAMAS) PADA PEMILU PRESIDEN 2019**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan UIN-Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memproleh Gelar Serjana (S.I) Dalam Ilmu Politik

Pada Hari/Tanggal :

Selasa, 26 Juli 2022 M

27 Zulhijah 1443 H

Banda Aceh,
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua

Eka Januar, M. Soc.Sc
NIP. 198401012015031003

Sekretaris

Aklima, S.Fil. I., MA
NIP: 198810062019032009

Penguji I

Rizkika Lhena Darwin, M.A
NIP. 198812072018032001

Penguji II

Ramzi Murziqin, S.H.I., M.A
NIP. 198605132019031006

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Muji Mulia, S.AG., M.Ag.
NIP. 197403271999031005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jul Pahmi
NIM : 150801053
Prodi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial pada Pemilu Presiden 2019 di Aceh Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan ini, saya:

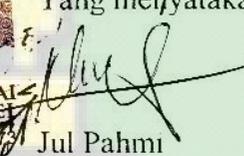
1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain dan mampu Mempertanggung jawabkan atas karya ini.
4. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu mempertanggung jawabkan atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan seungguhnya.

Banda Aceh, 20 Juli 2022

Yang menyatakan,


10000
SEPLUH RIBU ROPIAH
METERAI
TEMPEL
56ECSAJX913237

Jul Pahmi

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis telah dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi. Shalawat beriring salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliah ke alam berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan sekarang ini. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) pada Pemilu Presiden 2019”**.

Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry. Penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muji Mulia, S. Ag., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Abdullah Sani, MA, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry.
3. Bapak Eka Januar, M. Soc.Sc selaku pembimbing pertama yang memberikan bimbingan dan arahan sejak permulaan sampai dengan selsainya skripsi ini.

4. Ibu Aklima, S.FIL., MA selaku pembimbing kedua yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi dan dorongan serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen dan karyawan Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry UIN Ar-Raniry.yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan bisa penulis balas.
7. Terima kasih juga kepada rekan-rekan sejawat dan seluruh Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik yang telah memberikan saran-saran dan bantuan moral yang sangat membantu penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari akan segala keterbatasan dan kekurangan dari isi maupun tulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak masih dapat diterima dengan senang hati.

Banda Aceh, 3 Juli 2022
Penulis,

AR-RANIRY Julpahmi

ABSTRAK

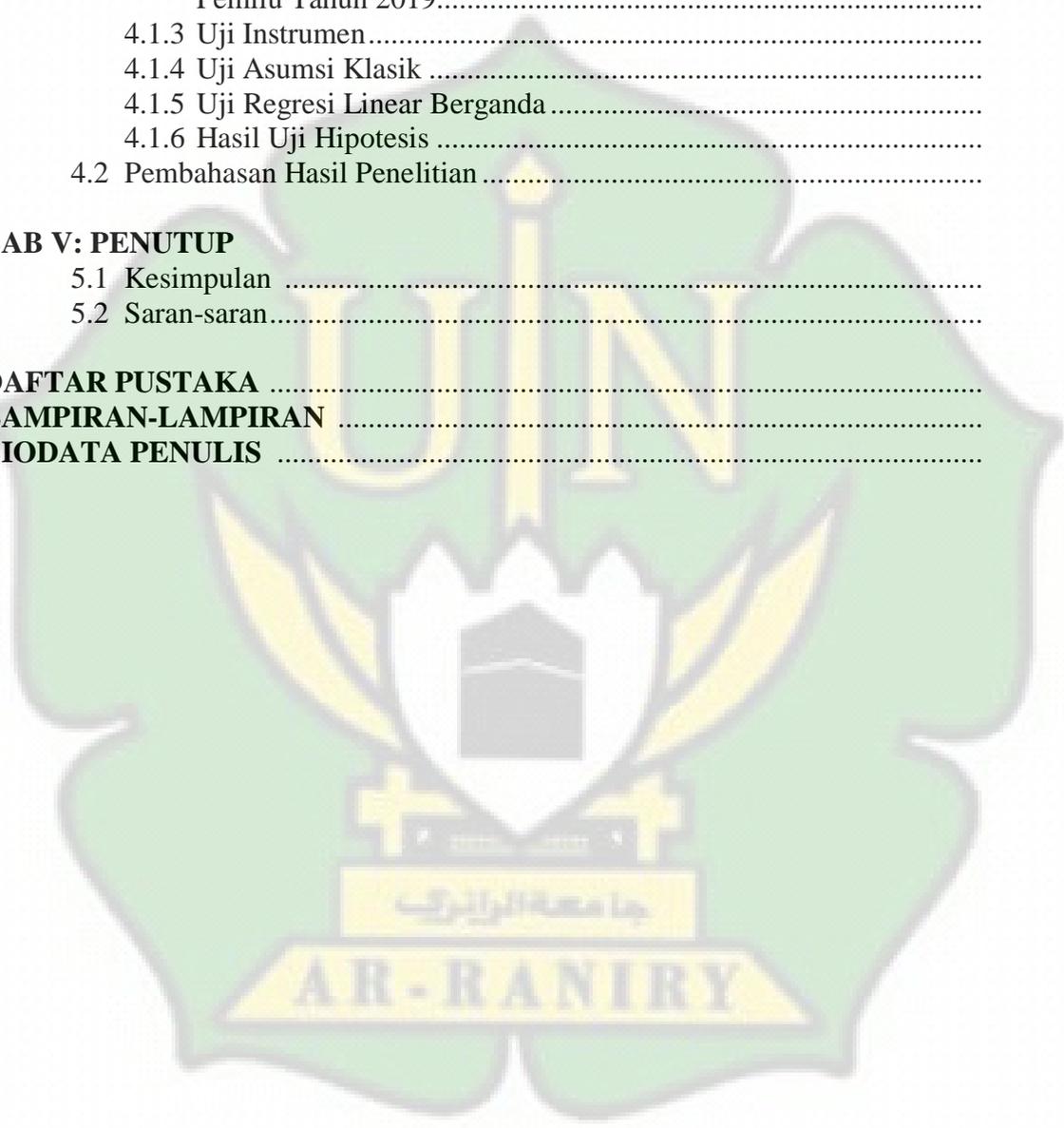
Penggunaan media sosial generasi milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) dalam dunia digital sangat aktif, media digital yang dimainkan para generasi milenial HAMAS banyak mempengaruhi perilakunya terhadap partisipasi politik. Hal ini tentunya menimbulkan berbagai pertanyaan tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis intensitas penggunaan media sosial generasi milenial HAMAS, untuk mengetahui tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019, dan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi penelitian mahasiswa angkatan 2020 sampai dengan 2021 yaitu sebanyak 524. Sampel diambil sebanyak 20% dari populasi dengan jumlah 105 orang mahasiswa. Data dikumpulkan menggunakan angket, selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Intensitas penggunaan media sosial generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019, rata-rata menggunakan lebih 5 sampai 10 jam per hari saat terhubung internet. Tujuan dari penggunaan internet kebanyakan untuk mencari informasi, berekspresi dan untuk dan untuk membangun relasi. (2) Tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019 tergolong rendah yaitu hanya berkisar 11,43%. Meski partisipasi politik rendah, namun 90,48% responden mengaku memberikan suara pada Pemilihan Presiden 2019. (3) Pengaruh penggunaan media sosial berpengaruh sebesar 29% terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019.

Kata kunci: *penggunaan media sosial, partisipasi politik, kaum milenial.*

DAFTAR ISI

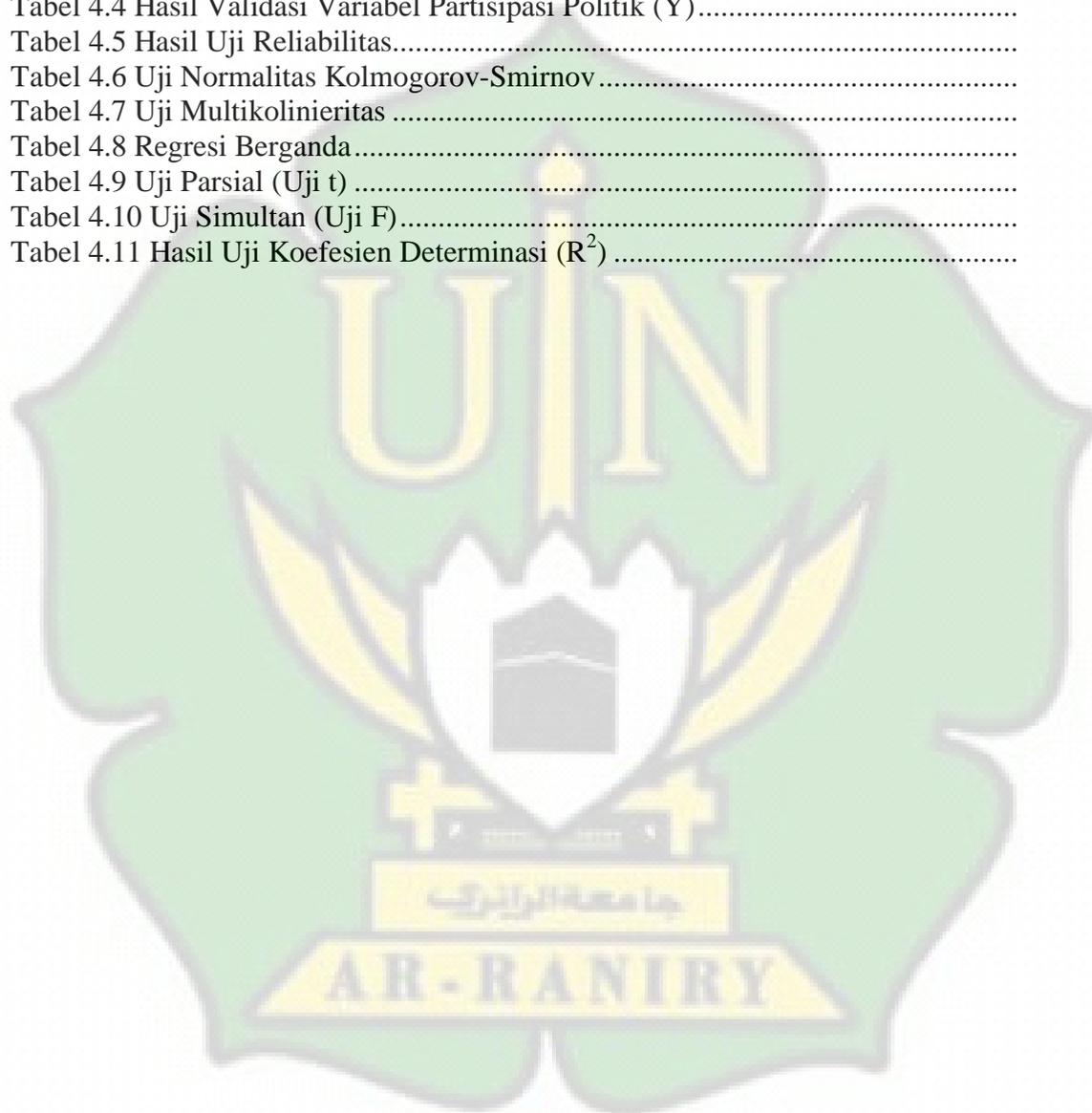
	Halaman
LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Penelitian Terdahulu	6
BAB II: LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan tentang Media Baru.....	10
2.2 Media Digital	13
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	13
2.2.2 Karakteristik Media Sosial	14
2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial	15
2.3 Teori Kegunaan dan Gratifikasi (<i>Uses and Gratification</i>).....	17
2.4 Partisipasi Politik	21
2.4.1 Pengertian Partisipasi Politik.....	21
2.4.2 Faktor-faktor Partisipasi Politik	22
2.4.3 Tipologi Partisipasi Politik.....	25
2.4.4 Bentuk Partisipasi Politik	26
2.6 Pemilih Pemula	28
2.7 Generasi Milenial dalam Pemilu.....	30
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Variabel Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Normalitas	37
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	38
3.6.4 Uji Hipotesis	39
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Deskripsi Pelaksanaan Penelitian	41
Intensitas Penggunaan Media Sosial Generasi Milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019	41
4.1.2 Tingkat Partisipasi Politik Generasi Milenial HAMAS pada Pemilu Tahun 2019.....	42
4.1.3 Uji Instrumen.....	43
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda	50
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	52
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	56
 BAB V: PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran-saran.....	60
 DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	63
BIODATA PENULIS	89



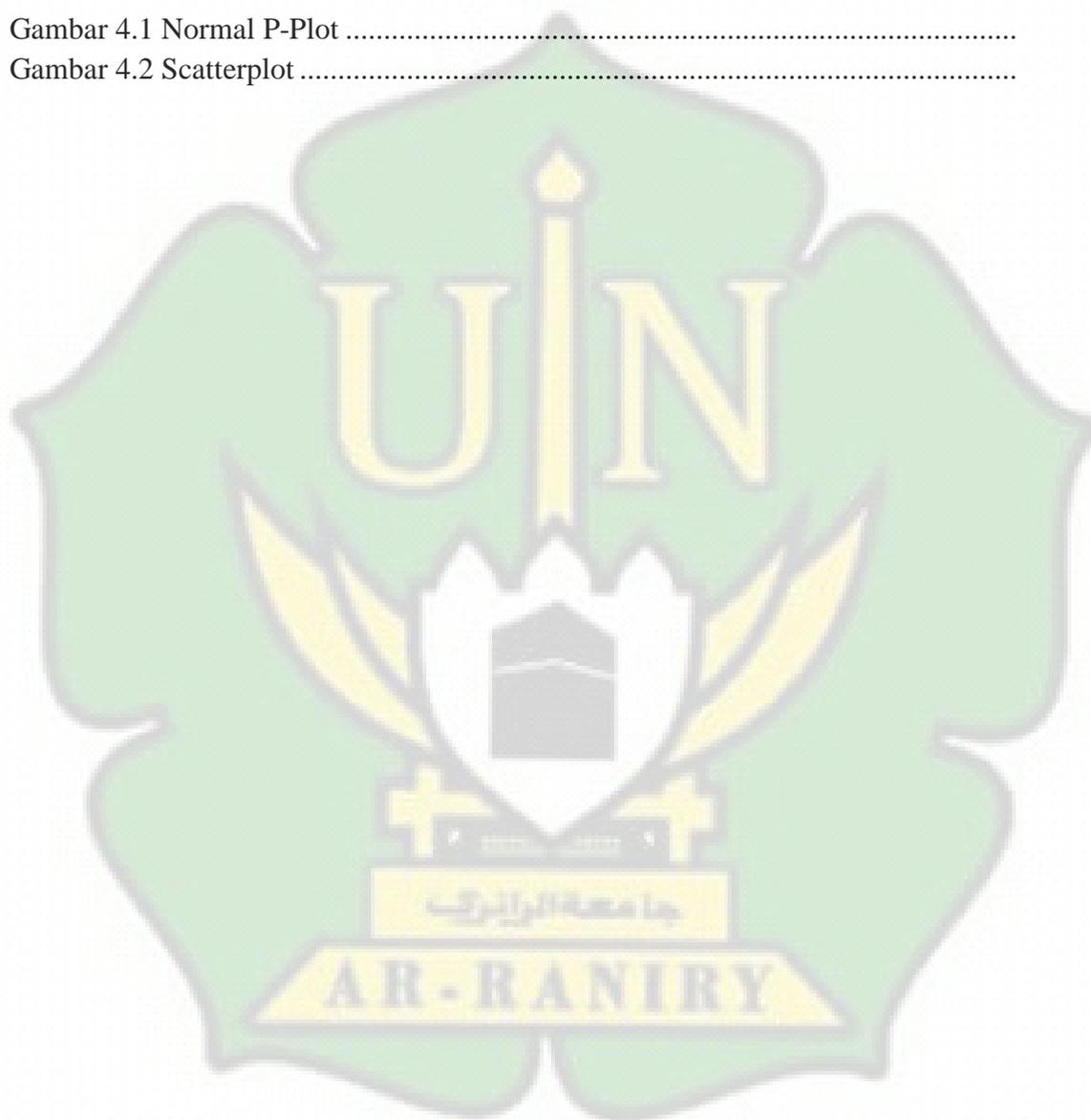
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Informasi (X_1).	43
Tabel 4.2 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Ekspresi (X_2) ..	44
Tabel 4.3 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Relasi (X_3)	44
Tabel 4.4 Hasil Validasi Variabel Partisipasi Politik (Y).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.8 Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.9 Uji Parsial (Uji t)	53
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji F).....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	55



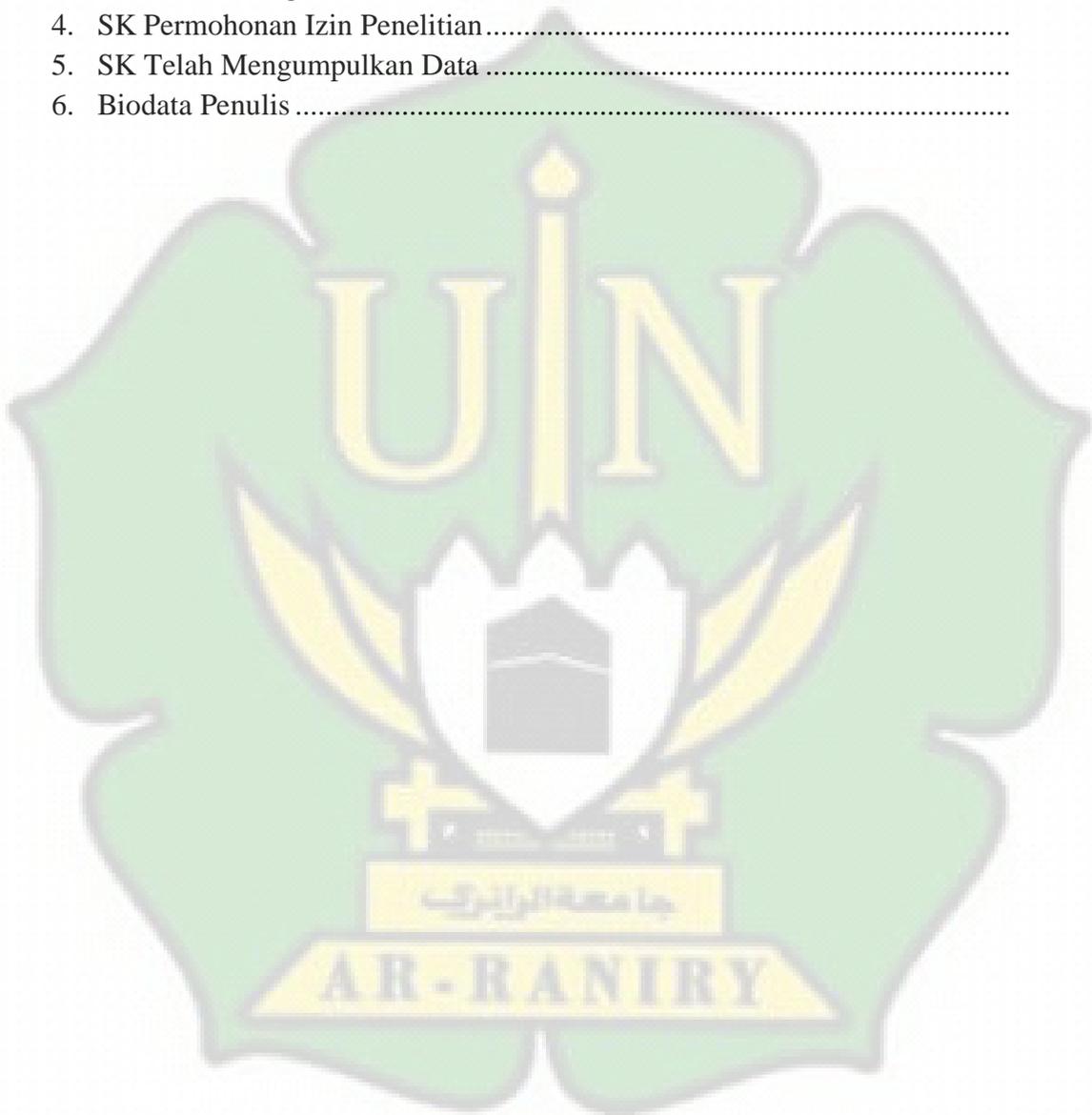
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Pendekatan Kegunaan dan Kepuasan	19
Gambar 2.2 Model Expectancy – Values	20
Gambar 3.1 Variabel Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Normal P-Plot	47
Gambar 4.2 Scatterplot	49



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Daftar Wawancara	63
2. Hasil Olah Data SPSS.....	70
3. SK Pembimbing.....	86
4. SK Permohonan Izin Penelitian.....	87
5. SK Telah Mengumpulkan Data	88
6. Biodata Penulis	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Derasnya arus globalisasi dan arus teknologi menjadikan Indonesia harus beradaptasi dengan teknologi internet. Sejak awal kehadirannya, internet tidak pernah lepas dari perhatian masyarakat kelas manapun, baik bawah hingga atas. Meskipun tergolong dalam teknologi yang baru namun internet sukses menarik perhatian para penggunanya, internet selalu menghadirkan hal-hal baru yang membuat penggunanya mampu menggunakan internet dengan jangka waktu panjang. Salah satu buah dari internet yang memberikan pengaruh sangat besar dalam masyarakat dunia saat ini adalah media sosial. Media sosial menjadi alat baru yang memberikan dampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalamnya lingkungan politik dunia umumnya dan politik Indonesia khususnya.

Media sosial adalah konten *online* yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten.¹ Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar Facebook, LinkedIn, dan Twitter.² Sedangkan menurut Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul *Media sosial 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan Media

¹ Dailey, Patrick R. *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Edisi Terjemahan, (Burlington: Linkage, 2009), h. 3.

² Badri, Muhammad. *Corporate and Marketing Communication*. (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2011), h. 132.

sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.³

Perkembangan internet dan teknologi seperti yang diuraikan diatas merupakan salah satu faktor padatnya pengguna internet di Indonesia. Menurut Riset yang dilakukan oleh Hootsuite (*We Are Social*) yang dirilis pada bulan Januari 2019 mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia berada di peringkat kelima yang paling sering menggunakan internet di dunia. Dengan jumlah rata-rata waktu per hari menggunakan internet melalui perangkat apapun dalam jam dan menit dengan rata-rata waktu 8 jam, 36 menit. Tepat dibawah Colombia dengan durasi 9 jam dan di atas Afrika Selatan dengan durasi 8 jam 25 menit.⁴

Hootsuite (*We Are Social*) mengungkapkan bahwa penggunaan internet di Indonesia per Januari 2019 adalah sebanyak 150,0 juta orang dengan tingkat penetrasi mencapai 56% dari keseluruhan populasi. Jumlah tersebut relevan dengan angka pengguna aktif media sosial di Indonesia. Hootsuite juga mencatat jumlah pengguna aktif media sosial via *mobile* di Indonesia sebanyak 130,0 juta orang dengan presentasi penetrasi mencapai 48% dari jumlah populasi di Indonesia.⁵

Penguasa media sosial saat ini adalah generasi milenial, atau yang bisa disebut dengan generasi Y. Para ahli biasanya mendefinisikan batas milenial menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.⁶ Penelitian lain dalam

³ Chris Brogan *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. (John Wiley & Sons, 2010), h. 11.

⁴ www.datareportal.com diakses pada tanggal 29 Juli 2021.

⁵ *Ibid*,

⁶ <https://id.wikipedia.org/> diakses pada tanggal 29 Juli 2021.

beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa sembilan puluh satu persen dari 16 hingga 24 tahun menggunakan internet untuk media sosial.⁷

Hal itu dibuktikan dengan data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Jumlah pengguna internet dan media sosial dari kalangan pemuda diperkirakan akan terus melesat. Hal tersebut bisa terjadi mengingat dimulai tahun 2020 sampai dengan tahun 2035 usia produktif akan terus meningkat, fenomena itu yang disebut dengan bonus demografi.⁸

Menurut Young, et al dalam Juditha adalah generasi milenial yang dikenal dengan generasi Y merupakan generasi yang kini banyak menjadi perhatian diberbagai bidang. Generasi ini lahir setelah generasi X dikisaran tahun 1981 hingga tahun 2000.⁹ Saat ini mereka berusia antara 18 hingga 37 tahun dan dianggap unik dibanding generasi sebelumnya. Hal ini terungkap dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Pew Research Center* dalam Juditha yang menyebutkan bahwa kehidupan generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet juga menyukai hiburan atau budaya pop/musik yang sudah menjadi kebutuhan pokok.¹⁰ Politik menjadi salah satu aspek kehidupan yang inheren dengan media sosial. Media sosial sudah berhasil menjadi alat penting dalam politik, baik sebagai penjaga *status quo* bagi penguasa atau menjadi alat pendobrak bagi oposisi.

⁷ <https://techno.okezone.com/> diakses pada tanggal 30 Juli 2021.

⁸ (<https://databoks.katadata.co.id> diakses pada tanggal 30 Juli 2021).

⁹ Christiany Juditha, *Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial*, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 22 No. 2, Desember 2018: 94-109.

¹⁰ *Ibid*,

Generasi milenial memiliki potensi yang besar bagi kekuatan politik karena jumlahnya yang banyak. Tingkat partisipasi pemilih pada Pemilu Serentak 2019 di Aceh Selatan tertinggi sepanjang sejarah pemilihan presiden.¹¹ Partisipasi kaum milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) dalam dunia digital sangat aktif. Hal ini ditandai rata-rata kalangan remaja yang milenial menggunakan media digital seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *tik tok*, dan berbagai jenis aplikasi media sosial yang lainnya. Jika diperhatikan lebih lanjut, dunia media digital yang dimainkan para generasi milenial HAMAS banyak mempengaruhi perilakunya terhadap partisipasi politik.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka menarik untuk dikaji secara mendalam mengenai intensitas penggunaan media digital dan hubungannya dengan partisipasi politik generasi milenial dengan melalui penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) pada Pemilu Presiden 2019”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana intensitas penggunaan media sosial generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019?
2. Bagaimana tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019?

¹¹ Ketua Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh Selatan.

3. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019 di Aceh Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis intensitas penggunaan media sosial generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019.
2. Untuk mengetahui tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019 di Aceh Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari usulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

- a. Hasil penelitian ini menyumbangkan pengetahuan pada perkembangan ilmu pendidikan, terutama pada pengaplikasian komunikasi khususnya dalam bidang politik di era media baru.

- b. Memperkaya koleksi perpustakaan, khususnya pada perpustakaan FSIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh, sehingga dapat menyumbang perkembangan pengetahuan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat bermanfaat kepada berbagai beberapa pihak, diantaranya:

- a. Bagi politikus, kajian ini menjadi masukan bagi politikus dalam memaknai potensi kaum milenial dalam setiap Pemilu, Pemilukada dan Pileg melalui media sosial.
- b. Bagi pemerintah dan masyarakat kajian ini dapat menjadikan masukan agar ke depan dapat memanfaatkan media digital untuk meningkatkan partisipasi pemilih milenial dalam setiap ajang Pemilu, Pemilukada dan Pileg.
- c. Bagi kaum milenial agar dapat menjadikan kajian ini sebagai informasi bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik.
- d. Secara praktis penelitian ini juga menggambarkan peran media social sebagai salah satu alat untuk melakukan strategi-strategi komunikasi khususnya dalam komunikasi politik.

1.4.3 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan, dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti di antaranya sebagai berikut:

Pertama kajian yang dilakukan oleh Christiany Juditha yang berjudul “Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa seratus persen responden merupakan generasi milenial (18-37 tahun) adalah pengguna internet. Telepon selular adalah media yang paling banyak digunakan saat terhubung internet dengan durasi 5-10 jam/hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Media sosial dan grup obrolan *online* adalah media digital yang juga paling dominan digunakan. Sementara untuk konten digital yang paling sering diakses adalah film, pesan teks dan video digital. Generasi milenial menganggap bahwa topik politik sebagai topik yang biasa saja tetapi tetap mengikuti berita-berita politik yang diakses dari media *online* dan televisi. Partisipasi politik responden juga cenderung rendah. Terutama untuk menjadi anggota atau pendukung aktif partai politik, ikut melakukan unjuk rasa nyata mendukung/menolak kebijakan pemerintah, serta menghubungi pemerintah/ politisi/ pejabat untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat. Meski demikian mayoritas mereka tetap akan memberikan suara dalam Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden Indonesia tahun 2019.¹²

Kajian berikutnya dilakukan oleh Komariah dan Kartini tentang “Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu”. Kajian ini membahas tentang fenomena penggunaan media sosial berbasis internet sebagai instrumen dalam komunikasi politik dalam kontestasi pemilukada Jawa Barat tahun 2018 serta efektifitas konten media sosial tersebut dalam membentuk pola perilaku politik generasi milineal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengambil

¹² Christiany Juditha, *Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial*, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 22 No. 2, Desember 2018: 94-109

lokasi pada Desa Kecamatan Kabupaten Ciamis. Informan utama dari penelitian ini adalah pemilih pemula yang juga masih tergolong kepada kelompok generasi milineal. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial beserta kontennya menjadi instrumen penting dalam membentuk pola perilaku politik generasi milineal. Peran itu antara lain ditunjukkan bahwa generasi milineal saat ini tidak bisa dilepaskan dari media sosial, konten media sosial memberikan pengetahuan politik tentang profil calon dalam kontentasi pemilu, konten media sosial memberikan pendidikan politik baik terkait dengan teknis pelaksanaan pemilu dan juga visi-misi para kandidat, serta, generasi milenial memiliki komunitas yang menjadi wadah untuk berdiskusi terkait konten media sosial itu.¹³

Terakhir, kajian yang dilakukan oleh tentang “Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial terutama telepon seluler dan internet sudah menjadi kebutuhan hidup generasi milenial. Whatsapp dan Instagram adalah media sosial yang digunakan dengan intensitas tinggi di antara media sosial tersebut. Alasan penggunaan media sosial yang paling utama adalah berkomunikasi. Alasan untuk menggunakan media sosial adalah untuk mencari informasi. Informasi yang dibutuhkan ketujuh informan bervariasi sesuai dengan kegemaran mereka masing-masing. Alasan lainnya untuk menggunakan media sosial adalah untuk mengunggah foto dan video, berbelanja *online* dan juga untuk hiburan. Kesimpulan penelitian ini mendapati bahwa seluruh informan relatif sangat rendah penggunaan media sosialnya dalam partisipasi politik. Mereka pada umumnya hanya

¹³ Kokom Komariah, Dede Sri Kartini, *Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu*, Jurnal Aristo Sosial Politik Humaniora, Vol. 1, No. 1, Januari 2019.

terpapar oleh informasi politik. Adapun beberapa informan yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi politik namun dalam intensitas yang sangat rendah.¹⁴



¹⁴ Addina Islami Utama Siregar, *Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan*. Jurnal Simbolika, 7 (1) April 2021.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan tentang Media Baru

Media baru secara definisi adalah media yang menggunakan internet yang merupakan media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel, interaktif, dan dapat digunakan secara privat maupun publik.¹ Media baru atau yang disebut dengan media online adalah produk dari komunikasi melalui media teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital.² Definisi lain dari media online adalah media yang didalamnya terdapat berbagai elemen. Maksudnya adalah bahwa adanya konvergensi di dalamnya, dimana adanya media-media lain yang tergabung menjadi satu.³

Definisi lain dari media baru yakni merupakan digitalisasi dengan konsep pemahaman dari perkembangan zaman teknologi, ketika semua yang analog berubah menjadi digital. Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang menjadikannya sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital juga selalu memiliki keterkaitan dengan media karena media adalah sesuatu yang terus berkembang mulai dari zaman old media sampai pada waktu yang sekarang yang menggunakan digital atau media baru.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru yang dapat dinilai sebagai alat yang paling sering digunakan sebagai pusat informasi. Internet memiliki

¹ Mondry. 2008. Teori dan praktik Jurnalistik. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h. 13.

² Creeber, G. & Martin, R (ed.). *Digital Cultures: Understanding New Media*, Ed. Terjemahan Bahasa Indonesia, (Berkshire-England: Open University Press, 2009), h. 29.

³ Lievrouw, Leah A. *New Media, Mediation, and Communication Study*. Information, Communication & Society Vol. 12, No. 3, April 2009.

kemampuan mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan.⁴ Pada saat ini penggunaan internet menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang pada saat ini dapat langsung menggunakan internet kapanpun dan dimanapun. Selain itu internet adalah media yang dapat menghasilkan sebuah hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik.⁵

Salah satu bagian dari media baru adalah “*Network Society*”. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas. Carrie Heeter pada tahun 1983 dalam Tamburaka memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Maksudnya adalah

⁴D Ruben Brent dan Lea P Stewart, *Komunikasi dan Perilaku. Manusia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 110.

⁵ Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*, edisi 9. (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h. 686.

bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.

3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi.⁶

⁶ Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 25.

2.2 Media Digital

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi menciptakan isi (*content*) kedalam dunia virtual digital. Penggunaan media sosial pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sosial dan kebutuhan pribadi manusia. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding. Seperti pernyataan Van Dijk dalam Nasrullah bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.⁷

Meike dan Young dalam Nasrullah mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.⁸ Menurut Boyd dalam Nasrullah media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.⁹ Media sosial memiliki kekuatan *pada user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi

⁷Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 52.

⁸ Ibid., h. 55.

⁹ Ibid., h. 56.

manusia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas, aliran yang bersifat dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing, Collaborating dan Connecting*.¹⁰

2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah, media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:¹¹

- a. Jaringan (*Network*) Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.
- b. Informasi (*Informations*) Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
- c. Arsip (*Archive*) Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi (*Interactivity*) Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

¹⁰ Danis Puntoadi. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, (Jakarta. Rangkuti, 2011), h. 68.

¹¹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial...*, h. 71.

- e. Simulasi Sosial (*simulation of society*) Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*) Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Nasullah setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:¹²

- a. Media jejaring sosial (*Social networking*). Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupu membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *facebook* dan *LinkedIn*.

¹² Rulli Nasrullah. *Media Sosial...*, h. 72.

- b. Jurnal *online (blog)*. *Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, *blog* banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau.net dan yang kedua dengan menggunakan failitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.
- c. Jurnal *online* sederhana atau *microblog (micro-blogging)*. Tidak berbeda dengan jurnal *online (blog)*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah *Twitter*.
- d. Media berbagi (*media sharing*).Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: *Youtube, Flickr, Photo-bucket*, atau *snafish*.
- e. Penanda sosial (*social bookmarking*). Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan

mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial bookmarking yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

- f. Media konten bersama atau wiki. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau *ensiklopedi*, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

2.3 Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification*)

Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch (1974) merupakan orang-orang yang merumuskan atau dapat disebut juga sebagai pencetus teori kegunaan dan gratifikasi. Berbeda dengan pandangan teori media masa sebelumnya yang menilai bahwa pengguna media bersifat pasif dan tidak cukup pintar dalam melindungi diri dari terpaan media. Dalam teori kegunaan dan gratifikasi ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan isi media tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu. Katz dan kawan-kawan menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis median untuk mencapai tujuan komunikasi.¹³

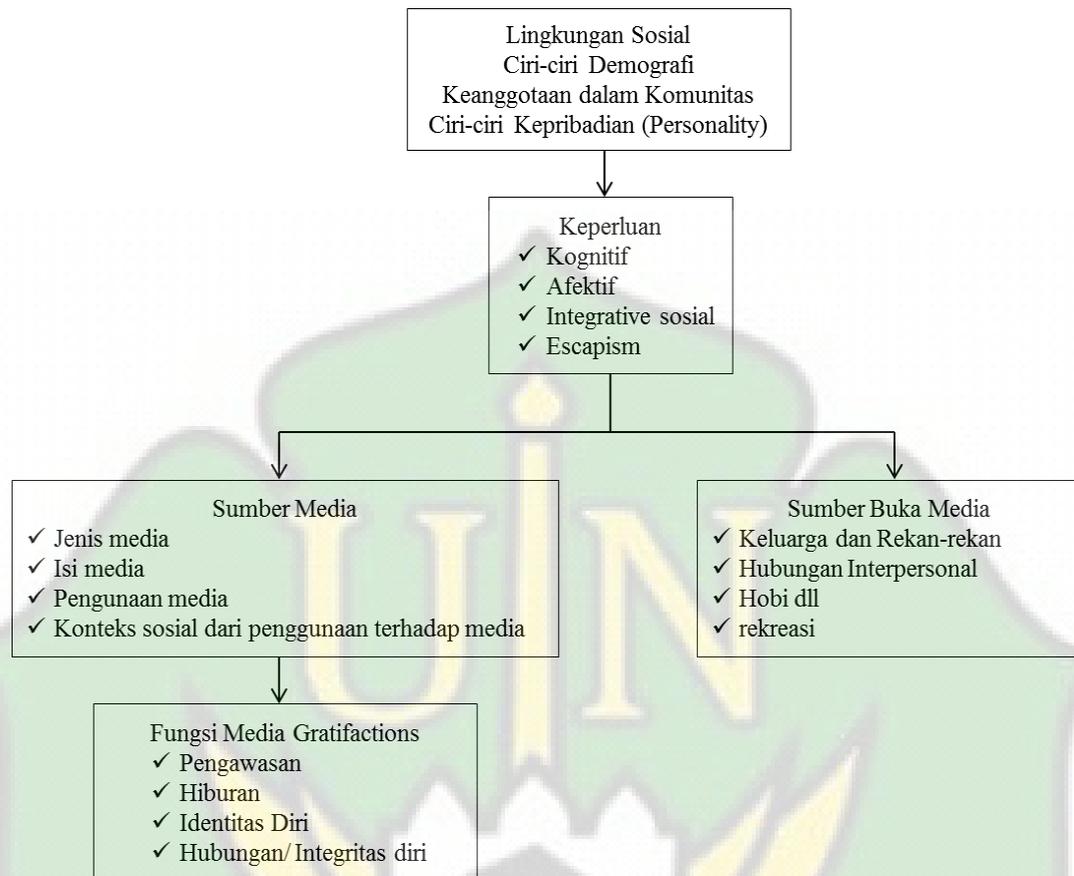
¹³ Lynn RW dan H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* Edisi 3. (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), h. 100-101.

Fokus dari pendekatan teori kegunaan dan gratifikasi ke pada penggunaan media dari pada pesan. Pendekatan ini dimulai dari manusia sebagai pemilih aktif media komunikasi, dan menyelidiki komunikasi (pemakai media) dalam bentuk pengalaman langsungnya dengan media. Menurut Katz dan kawan-kawan dalam Lynn & Turner konsep dasar pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diteliti adalah:

- a. Sumber sosial dan psikologi
- b. Keperluan
- c. Harapan-harapan
- d. Media massa atau sumber lain
- e. Pola penggunaan media yang berbeda
- f. Pemuasan keperluan
- g. Akibat-akibat lain yang mungkin tidak terduga.¹⁴

Pendekatan kegunaan dan kepuasan yang diajukan oleh Katz dan kawan-kawan ini menjelaskan bahwa kondisi sosial dan psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media yang akhirnya akan menghasilkan pemuasan kebutuhan, serta konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Model uses and gratification yang diajukan oleh Katz dan kawan-kawan dapat dilihat dalam bentuk model berikut ini:

¹⁴ Lynn RW dan H. Turner. *Pengantar...*, h. 101.



Gambar 2.1 Model Pendekatan Kegunaan dan Kepuasan

Menurut Katz dan kawan-kawan dalam Humaizi keperluan-keperluan khalayak dikategorikan sebagai berikut:¹⁵

a. Keperluan kognitif

Keperluan yang terlibat untuk memperkukuh informasi, pengetahuan dan pemahaman sekitar.

b. Keperluan afektif

Keperluan yang berkaitan dengan estetika, keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipengaruhi media.

¹⁵ Humaizi. *Uses and Gratifications Theory*. (Medan: USU Press, 2018), h. 23-24.

c. Keperluan integratif individu

Keperluan yang berkaitan dengan pengukuhan kredibilitas, keyakinan, stabilitas dan status individu.

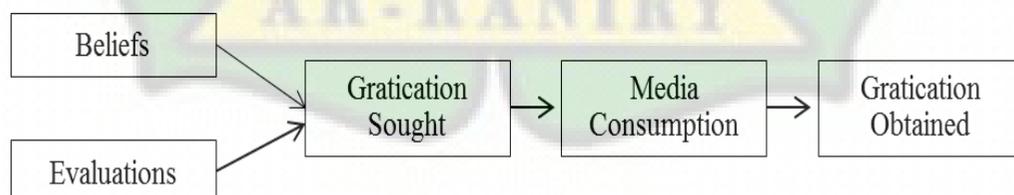
d. Keperluan integratif sosial

Keperluan yang berkaitan dengan pengukuhan hubungan dengan keluarga, kawan dan sekitarnya.

e. Keperluan pelepasan (*escapism*)

Keperluan yang berkaitan untuk menghilangkan atau mengurangkan tekanan dan keinginan untuk mengelak dari masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang tidak menyenangkan.

Palmgrenn dalam Rachmad, menggunakan asumsi dasar bahwa orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu. Adapun konsep yang ditawarkan dalam asumsi ini disebut sebagai *gratification sought* (GS) dan *gratification Obtained* (GO).¹⁶ Menurut model ini GS adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan. Sedangkan GO adalah kepuasan nyata yang nyata, yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Berikut model nilai pengharapan yang diajukan oleh Palmgrenn:



Gambar 2.2 Model Expectancy – Values

¹⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 209.

2.4 Partisipasi Politik

2.4.1 Pengertian Partisipasi Politik

Partisipasi berasal dari bahasa latin yaitu *pars* yang artinya bagian dan *capere* yang artinya mengambil peranan dalam aktivitas atau kegiatan politik negara. Apabila digabungkan berarti “mengambil bagian”. Dalam bahasa Inggris, *participate* atau *participation* berarti mengambil bagian atau peranan. Jadi partisipasi berarti mengambil peranan dalam aktivitas atau kegiatan politik negara.

Partisipasi politik adalah salah satu aspek penting suatu demokrasi. Partisipasi politik merupakan ciri khas dari modernisasi politik. Adanya keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan mempengaruhi kehidupan warga negara, maka warga negara berhak ikut serta menentukan isi keputusan politik. Oleh karena itu yang dimaksud dengan partisipasi politik menurut Huntington dan Nelson yang dikutip oleh Cholisin adalah kegiatan warga Negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang dimaksud untuk mempengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah.¹⁷

Selanjutnya Ramlan Surbakti memberikan definisi singkat mengenai partisipasi politik sebagai bentuk keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan yang menyangkut atau mempengaruhi hidupnya.¹⁸ Menurut Miriam Budiarjo, menyatakan bahwa partisipasi politik secara umum dapat didefinisikan sebagai kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pemimpin Negara dan langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan publik (*public policy*).

¹⁷ Cholisin, dkk. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Yogyakarta: UNY. Press, 2007), h. 151.

¹⁸ Ramlan Surbakti. *Memahami Ilmu Politik*. (Jakarta: Gramedia. Widiasarana Indonesia, 2010), h. 29.

Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, mengadakan hubungan (*contacting*) dengan pejabat pemerintah atau anggota perlemen, dan sebagainya.¹⁹

Oleh sebab itu, di negara-negara demokrasi pada umumnya dianggap bahwa partisipasi masyarakatnya lebih banyak, maka akan lebih baik. Dalam implementasinya tingginya tingkat partisipasi menunjukkan bahwa warga negara mengikuti dan memahami masalah politik dan ingin melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan itu. Sebaliknya, tingkat partisipasi yang rendah pada umumnya dianggap sebagai tanda yang kurang baik, karena dapat ditafsirkan bahwa banyak warga tidak menaruh perhatian terhadap masalah kenegaraan.²⁰

2.4.2 Faktor-faktor Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan suatu aktivitas tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Ramlan Surbakti menyebutkan dua *variable* penting yang mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat partisipasi politik seseorang. Pertama, aspek kesadaran politik terhadap pemerintah (sistem politik). Yang dimaksud dalam kesadaran politik adalah kesadaran hak dan kewajiban warga negara. Misalnya hak politik, hak ekonomi, hak perlindungan hukum, kewajiban ekonomi, kewajiban sosial dan lain-lain. Kedua, menyangkut bagaimana penilaian serta apresiasi terhadap kebijakan pemerintah dan pelaksanaan pemerintahnya.²¹

Selain itu ada faktor yang berdiri sendiri (bukan *variable independen*). Artinya bahwa rendah kedua faktor itu dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti

¹⁹Miriam Budiardjo. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. (Jakarta: Gramedia, 2008), h. 368.

²⁰Ibid., h. 369.

²¹Ramlan Surbakti. *Memahami...*, h. 140.

status sosial, afiliasi politik orang tua, dan pengalaman berorganisasi. Yang dimaksud status sosial yaitu kedudukan seseorang berdasarkan keturunan, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Selanjutnya status ekonomi yaitu kedudukan seseorang dalam lapisan masyarakat, berdasarkan pemilikan kekayaan. Seseorang yang mempunyai status sosial dan ekonomi tinggi diperkirakan tidak hanya mempunyai pengetahuan politik, akan tetapi memiliki minat serta perhatian pada politik dan kepercayaan terhadap pemerintah.²²

Selanjutnya menurut Myron Weimer partisipasi politik di pengaruhi oleh beberapa hal, seperti yang dikutip oleh Mohtar Mas' oed dan Collin MacAndrews.²³

a. Modernisasi

Modernisasi disegala bidang akan berimplikasi pada komensialisme pertanian, industrial, meningkatkan arus urbanisasi, peningkatan kemampuan baca tulis, perbaikan pendidikan dan pengembangan media massa atau media komunikasi secara luas.

b. Terjadi perubahan struktur kelas sosial

Terjadinya perubahan kelas struktur kelas baru itu sebagai akibat dari terbentuknya kelas menengah dan pekerja baru yang meluas era industrialisasi dan modernisasi.

c. Pengaruh kaum intelektual dan meningkatnya komunikasi massa modern

Ide-ide baru seperti nasionalisme, liberalisme, membangkitkan tuntutan-tuntutan untuk berpartisipasi dalam pengambilan suara.

²² Ibid., h. 144-145.

²³ Mohtar Mas'oed dan Colin McAndrews, *Perbandingan Sistem Politik*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2011), h. 56-57.

d. Adanya konflik diantara pemimpin-pemimpin politik

Pemimpin politik yang bersaing merebutkan kekuasaan sering kali untuk mencapai kemenangannya dilakukan dengan cara mencari dukungan massa.

e. Keterlibatan pemerintah yang semakin luas dalam unsur ekonomi, sosial dan budaya

Meluasnya ruang lingkup aktivis pemerintah ini seringkali merangsang timbulnya tuntutan-tuntutan organisasi untuk ikut serta dalam mempengaruhi pembuatan keputusan politik.

Partisipasi pemilih pemula dalam pilbup langsung memang erat kaitanya dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Banyak pertimbangan dalam menggunakan hak pilihnya. Bisa melihat dari sisi visi misi kandidat yang bagus meskipun tidak ada jaminan setelah kandidat terpilih. Selain itu berupa acuan yang digunakan untuk memilih adalah mereka kandidat yang memberikan uang, dan kandidat yang diusung oleh partai yang dianggap pemilih pemula sesuai dengan kriterianya.

Pada perilaku pemilih yang rasional pemilih akan menentukan pilihannya berdasarkan isu politik dan kandidat yang diajukan serta kebijakan yang dinilai menguntungkan baginya yang akan ia peroleh apabila kandidat pilihannya terpilih. Pemilih yang rasional tidak hanya pasif dalam berpartisipasi tetapi aktif serta memiliki kehendak bebas.

2.4.3 Tipologi Partisipasi Politik

Rahman menyatakan bahwa secara umum tipologi partisipasi sebagai kegiatan dibedakan menjadi:

- a. Partisipasi aktif, yaitu partisipasi yang berorientasi pada proses input dan output.
- b. Partisipasi pasif, yaitu partisipasi yang berorientasi hanya pada output, dalam arti hanya menaati peraturan pemerintah, menerima dan melaksanakan saja setiap keputusan pemerintah.
- c. Golongan putih (golput) atau kelompok apatis, karena menggap sistem politik yang ada menyimpang dari yang dicita-citakan.²⁴

Milbrath dan Goel yang dikutip oleh Cholisin membedakan partisipasi politik menjadi beberapa kategori yakni:

- a. Partisipasi politik apatis. Orang yang tidak berpartisipasi dan menarik diri dari proses politik.
- b. Partisipasi politik spectator. Orang yang setidaknya-tidaknya pernah ikut memilih dalam pemilihan umum.
- c. Partisipasi politik gladiator. Mereka yang secara aktif terlibat dalam proses politik, yakni komunikator, spesialis mengadakan kontak tatap muka, aktivis partai dan pekerja kampanye dan aktivis masyarakat.
- d. Partisipasi politik pengkritik. Orang-orang yang berpartisipasi dalam bentuk yang tidak konvensional.²⁵

²⁴ A. Rahman, H.I *Sistem Politik Indonesia*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 288.

²⁵ Cholisin, dkk. *Dasar-dasar...*, h.152.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa orientasi partisipasi politik aktif terletak pada input dan output politik. Sedangkan partisipasi pasif terletak pada outputnya saja. Selain itu juga ada anggapan masyarakat dari sistem politik yang ada dinilai menyimpang dari apa yang dicita-citakan sehingga lebih menjurus kedalam partisipasi politik yang apatis.

Di negara-negara berkembang partisipasi politik cenderung digerakan secara meluas dan diarahkan untuk kepentingan pembangunan. Orang-orang yang melakukan demonstrasi atau memberikan suara dengan jalan tersebut tampaknya merupakan wujud nyata dari partisipasi politik yang mudah serta mengundang perhatian dari berbagai kalangan.

2.4.4 Bentuk Partisipasi Politik

Paige dalam Cholisin merujuk pada tinggi rendahnya kesadaran politik dan kepercayaan pemerintah (sistem politik menjadi empat tipe yaitu partisipasi aktif, partisipasi pasif tertekan (apatis), partisipasi militan radikal, dan partisipasi pasif.²⁶ Partisipasi aktif, yaitu apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah tinggi. Sebaliknya jika kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah rendah maka partisipasi politiknya cenderung pasif-tertekan (apatis). Partisipasi militan radikal terjadi apabila kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat rendah. Apabila kesadaran politik sangat rendah tetapi kepercayaan terhadap pemerintah sangat tinggi maka partisipasi ini disebut tidak aktif (pasif).

²⁶ Cholisin, dkk. *Dasar-dasar...*, h.153.

Bentuk-bentuk partisipasi politik yang dikemukakan oleh Almond yang dikutip oleh Mohtar Mas' oed yang terbagai dalam dua bentuk yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik non konvensional. Adapun rincian bentuk partisipasi politik konvensional dan non konvensional.

a. Partisipasi politik konvensional

- 1) Pemberian suara atau voting
- 2) Diskusi politik
- 3) Kegiatan kampanye
- 4) Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan
- 5) Komunikasi individual dengan pejabat politik atau
- 6) administratif

b. Partisipasi politik nonkonvensional

- 1) Pengajuan petisi
- 2) Berdemonstrasi
- 3) Konfrontasi
- 4) Mogok
- 5) Tindak kekerasan politik terhadap harta benda:
- 6) pengrusakan, pemboman, pembakaran
- 7) Tindakan kekerasan politik terhadap manusia: penculikan, pembunuhan, perang gerilya, revolusi.²⁷

Kemudian David F. Roft dan Frank yang dikutip oleh A Rahman bentuk partisipasi warga Negara berdasarkan intensitasnya. Intensitas terendah adalah

²⁷ Mohtar Mas' oed dan Colin McAndrews, *Perbandingan...*, h. 57-58.

sebagai pengamat, intensitas menengah yaitu sebagai partisipan, dan intensitas tertinggi sebagai partisipan. Apabila intensitas kegiatan masyarakat dalam kegiatan politik dijenjangkan maka akan membentuk piramida partisipasi politik.²⁸

2.5 Pemilih Pemula

Pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama kali akan melakukan penggunaan hak pilihnya. Pemilih pemula terdiri dari masyarakat yang telah memenuhi syarat untuk memilih. Dalam undang-undang No 10 Tahun 2008 tentang pemilihan umum disebutkan bahwa pemilih pemula adalah mereka yang baru pertama kali untuk memilih dan telah berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah menikah mempunyai hak memilih dalam pemilihan umum. Kemudian pasal 19 ayat (1 dan 2) UU No. 10 tahun 2008 menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga Negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin.²⁹

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilih pemula adalah warga Negara yang didaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih, dan baru mengikuti pemilu (memberikan suara) pertama kali sejak pemilu yang diselenggarakan di Indonesia dengan rentang usia 17-21 tahun.

Pentingnya peranan pemilih pemula karena sebanyak 20 persen dari seluruh pemilih adalah pemilih pemula, dengan demikian jumlah pemilih pemula sangatlah besar, sehingga hak warga negara dalam menggunakan hak pilihnya janganlah

²⁸ A. Rahman, H.I *Sistem Politik...*, h. 286.

²⁹ Undang-Undang No 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum.

sampai tidak berarti akibat dari kesalahan-kesalahan yang tidak diharapkan, misalnya jangan sampai sudah memiliki hak pilih tidak dapat menggunakan hak pilihnya karena tidak terdaftar atau juga masih banyak kesalahan dalam menggunakan hak pilihnya dan lain-lain.³⁰

Pemilih pemula memiliki antusiasme yang tinggi sementara keputusanpilihan yang belum bulat, sebenarnya menempatkan pemilih pemula sebagai *swing voters* yang sesungguhnya. Pilihan politik mereka belum dipengaruhi motivasi ideologis tertentu dan lebih didorong oleh konteks dinamika lingkungan politik lokal. Pemilih pemula mudah dipengaruhi kepentingan-kepentingan tertentu, terutama oleh orang terdekat seperti anggota keluarga, mulai dari orangtua hingga kerabat dan teman. Selain itu, media massa juga ikut berpengaruh terhadap pilihan pemilih pemula.³¹ Adapun syarat-syarat yang harus dimiliki untuk menjadikan seseorang dapat memilih adalah:

- a. WNI yang berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin.
- b. Tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya
- c. Terdaftar sebagai pemilih.
- d. Bukan anggota TNI/Polri (Purnawirawan / Sudah tidak lagi menjadi anggota TNI / Kepolisian).
- e. Tidak sedang dicabut hak pilihnya
- f. Terdaftar di DPT.

³⁰Rizky Mauliza, *Preferensi Politik Pemilih Pemula pada Pemilu Legislatif Tahun 2014 (Studi Pada Mahasiswa Tingkat I Jurusan Ilmu Politik FISIP USU)*. (Jurnal MT-Studi Pembangunan USU, 2015), h. 8.

³¹ *Ibid.*, h. 9.

g. Khusus untuk Pemilukada calon pemilih harus berdomisili sekurang-kurangnya enam bulan di daerah yang bersangkutan.

Layaknya sebagai pemilih pemula, mereka selalu dianggap tidak memiliki pengalaman memilih (*voting*) pada pemilu sebelumnya. Namun ketiadaan pengalaman bukan berarti mencerminkan keterbatasan menyalurkan aspirasi politik.

2.6 Generasi Milenial dalam Pemilu

Teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Peneliti-peneliti lain juga melakukan pembagian generasi dengan label yang berbeda-beda, namun secara umum memiliki makna yang sama. Menurut Kupperschmidt dalam Badan Pusat Statitiska, generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.³²

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dari berbagai negara dan profesi, penentuan siapa generasi milenial dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun Kesimpulan: Generasi Y adalah Penduduk yang lahir pada tahun 1980 dengan tahun 2000. Berarti pada tahun 2021, generasi milenial akan berada di rentang umur 21-41 tahun. Lantas, mengapa disebut sebagai generasi milenial. Sebab generasi tersebut merupakan satu-satunya yang

³² Badan Pusat Statistik. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. (Jakarta Pusat: BPS, 2018), h. 13.

sempat melewati milenium kedua semenjak teori generasi ini diutarakan pertama kali oleh sosiolog Karl Manheim pada tahun 1923.

Badan Pusat Statistika mengatakan bahwa generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital, karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi.³³

Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut para millennials dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Generasi ini sudah mulai modern dan tidak sekonservatif *baby boomer* karena teknologi sudah mulai berkembang. Generasi ini adalah generasi transisi karena pada tahun 1960 hingga 1980 merupakan transisi ke teknologi yang lebih modern.

³³ Badan Pusat Statistik. *Statistik...*, h. 13.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini berusaha untuk menjelaskan tentang kaitan antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat partisipasi generasi milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) pada Pemilu 2019. Pada dasarnya, kuantitatif adalah suatu pendekatan untuk menguji teori objektif dengan memeriksa antar variabel. Variabel-variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur, biasanya pada instrumen, sehingga data berbentuk nomor dan dapat dianalisa menggunakan prosedur statistik.¹

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, dimana peneliti berusaha untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya. Dengan metode penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.²

Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dipilih karena bertepatan dengan tujuan peneliti yang ingin melihat sejauh kaitan antara intensitas penggunaan media dengan tingkat partisipasi politik digital generasi milenial pada Pemilu 2019 yang akan diturunkan ke dalam dimensi dan indikator yang akhirnya diukur secara numerik sehingga menunjukkan hasil.

¹ Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014), h. 12.

² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 39.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat berlangsungnya penelitian itu sendiri, Adapun penelitian ini dilakukan generasi milenial yang berasal dari Aceh Selatan yang ada di Banda Aceh yang terhimpun dalam Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) yang beralamat di Jl. Tengku Nyak Arief, Lorong Jl. Tengku Syarief No.8, Jeulingke, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

3.3 Variabel Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Desain penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena dasar merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.

Dalam penelitian ini, variabel terdiri dari variabel bebas/independen (*independent variabel*) dan variabel terikat/dependen (*dependent variable*). Variabel bebas ini memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.³ Variabel ini berdiri sendiri tanpa dipengaruhi oleh variabel lain atau terikat dengan variabel apapun, variabel ini dipilih dan disengaja dimanipulasi oleh peneliti agar efeknya terhadap variabel lain tersebut dapat diamati dan diukur. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah intensitas penggunaan media sosial. (penggunaan relasi dan informasi).

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 39.

Sedangkan variabel terikat/dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Variabel ini sangat terikat dengan variabel sebelumnya (bebas) untuk mengetahui besar efeknya terhadap variabel lain. Besar efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul hilangnya, besar mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain termaksud. Variabel terikat/dependen dalam penelitian ini adalah partisipasi politik digital generasi milenial.



Gambar 3.1 Variabel Penelitian

Keterangan:

- X = Intensitas penggunaan media sosial
- X1 = Penggunaan untuk informasi
- X2 = Penggunaan untuk ekspresi
- X3 = Penggunaan untuk relasi
- Y = Partisipasi politik digital generasi milenial.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah mahasiswa yang tergabung dalam HAMAS (Himpunan

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 39.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 61.

Mahasiswa Aceh Selatan) angkatan 2020 sampai dengan 2021 yang merupakan pemilih pemula pada pemilu tahun 2019 di Aceh Selatan yaitu sebanyak 524 orang.

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶ Dalam penelitian ini sampelnya adalah Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) angkatan 2020 sampai dengan 2021, dengan berbagai pertimbangan diambil sebanyak 20% sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$\text{Sampel} = \frac{20}{100} \times 524 = 104,8 \approx 105$$

Dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan teknik *stratified random sampling* (proporsional). *Stratified random sampling* merupakan proses pengambilan sampel melalui proses pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak sederhana dari setiap stratum, dan menggabungkannya ke dalam sebuah sampel untuk menaksir parameter populasinya. Teknik ini digunakan ketika populasi penelitian terdapat lingkungan yang heterogen dan berstrata berdasarkan angkatan antara angkatan 2020 dan 2021. Dikarenakan karakteristik heterogen terjadi di tiap angkatan maka teknik pengambilan ini dirasa tepat untuk dilakukan dengan populasi seperti ini. Maka bisa dirumuskan seperti ini untuk melakukan distribusi sampel (ds):

$$ds = \frac{ns}{p} \times \text{Jumlah Angkatan}$$

Keterangan:

ds = Distribusi Sampel

ns = Nominal Sampel

p = Populasi

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 62.

Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Peneliti akan mengacak dan mencocok dari masing-masing daftar nama yang sudah didapatkan tiap angkatan tanpa melihat jurusan hingga berjumlah (sesuai dengan hasil rumus Slovin) responden dari masing-masing jumlah yang sudah ditentukan tiap stratum.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau sering disebut dengan kuesioner. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuesioner tertutup, artinya responden hanya menjawab antara sangat sering sampai tidak pernah.⁷

Angket atau kuesioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk *Google form*, untuk memudahkan responden mengisi angket dan juga efisiensi serta efektifitas waktu penelitian. *Google form* adalah layanan dari *Google* yang memungkinkan pengguna untuk membuat survey, tanya jawab dengan fitur formulir online yang bisa dicustomisasi sesuai dengan kebutuhan. Jadi peneliti bisa mendapatkan jawaban secara langsung dari responden terkait intensitas penggunaan media sosial dan kaitannya dengan partisipasi politik pada pemilu tahun 2019 di Aceh Selatan.

3.6 Teknik Analisis Data

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 142.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda. Sebelum dianalisis data penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan. Pengujian tersebut diantaranya sebagai berikut.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Saifuddin, validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya.⁸ Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahidan suatu instrumen tes (*google form*). Untuk menguji validitas butir pertanyaan dapat digunakan rumus korelasi *product moment pearson* sebagaimana yang dikemukakan oleh Arikunto sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefesien korelasi yang dihitung

N = Jumlah responden uji coba

x = Skor tiap item

y = Skor seluru item responden uji coba.⁹

Setelah harga koefisien validitas tiap butir soal diperoleh, kemudian hasil di atas dibandingkan dengan nilai r dari tabel pada taraf signifikansi 5% dan taraf

⁸Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2007), h. 97.

⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 213.

signifikansi 5% dengan $df = N - 2$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka koefisien validitas butir soal pada taraf signifikansi yang dipakai.

3.6.2 Uji Normalitas

Normalitas bertujuan untuk melihat apakah kelompok data berdistribusi normal atau tidak.

$H_0 : O_i < E_i$ (Data berdistribusi normal)

$H_1 : O_i \geq E_i$ (Data tidak berdistribusi normal)

Rumus *chi kuadrat* untuk mencari normalitas data sebagaimana dikemukakan oleh Sudjana (2009) yaitu:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:

- x^2 = Harga chi kuadrat
- k = Jumlah kelas interval
- O_i = Frekuensi hasil pengamatan
- E_i = Frekuensi yang diharapkan.¹⁰

Untuk mencari x_{hitung}^2 , dikonsultasikan dengan tabel x^2 dengan taraf signifikansi α dan derajat kebebasan $K - 1$.

3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier berganda, analisis linier berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Model regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \mu \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

¹⁰ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung; Tarsito, 2002), h. 239.

Y = Partisipasi politik

α = Konstanta

$\beta_{1,2}$ = Koefisien regresi variable Independen

X1= Penggunaan untuk relasi

X2= Penggunaan untuk informasi.¹¹

3.6.4 Uji Hipotesis

Menurut Ghazali, tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh kaitan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95.¹² Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

Ho : $b_i = 0$

Ha : $b_i \neq 0$

1. Kaitan variabel (X1) penggunaan untuk relasi dengan partisipasi politik (Y).

Ho₁ : $b_1 \leq 0$, tidak terdapat kaitan positif X₁ terhadap Y

Ha₁ : $b_1 > 0$, terdapat kaitan positif X₁ terhadap Y

2. Kaitan variabel (X2) penggunaan untuk informasi dengan partisipasi politik (Y).

Ho₂ : $b_2 \leq 0$, tidak terdapat kaitan positif X₂ terhadap Y

Ha₂ : $b_2 > 0$, terdapat kaitan positif X₂ terhadap Y

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

¹¹ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 157.

¹² Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis...*, h. 158.

- 1) Jika tingkat signifikansi = 5%, H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika tingkat signifikansi = 5%, H_0 diterima dan H_a ditolak.¹³

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

H_0 : Tidak terdapat kaitan variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a : Terdapat kaitan variabel independen terhadap variabel dependen.

Dimana, jika:

F hitung > F tabel: Maka H_0 ditolak.

F hitung < F tabel: Maka H_a ditolak.¹⁴

¹³ Ibid., h. 159.

¹⁴ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis...*, h. 162.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui *google foarm* yang dibagikan kepada responden penelitian, yaitu 20% dari mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 yang tercatat di HAMAS berjumlah 524 orang sehingga sampel penelitian ini berjumlah 105 orang mahasiswa aktif yang tercatat di Sekretariat HAMAS Banda Aceh.¹

Setelah angket disebarakan melalui *google foarm* selanjutnya angket yang telah diisi tabulasikan kedalam tabel kerja sebagaimana terlihat pada lampiran 1. Sebelum danalisis tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019 terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian.

4.1.2 Intensitas Penggunaan Media Sosial Generasi Milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa 100 persen responden menyatakan menggunakan internet dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Adapun perangkat yang paling banyak digunakan responden saat terhubung internet adalah handphone (telepon selular) sebanyak 81,90% (86 responden) dan laptop sebanyak 14,29%. Sedangkan untuk penggunaan tablet dan PC (komputer) relatif tidak terlalu banyak.

Frekuensi menggunakan internet dalam sehari sebanyak 39,05% responden mengaku menghabiskan waktu lebih dari 5 sampai 10 jam dalam sehari, dan sebanyak 31,43% menggunakan internet diatas 10 jam. Ketika ditanyakan tujuan

¹ Data bersumber dari Sekretariat Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan.

menggunakan internet, mayoritas responden (92,38%) menjawab untuk berkomunikasi. Sebanyak 81,71% menjawab untuk mencari informasi (web browsing), 40% untuk mengunduh file video, audio, gambar, bahan baca, aplikasi dan lain lain, dan sebanyak 67,62% melakukan streaming video maupun musik serta 60% mengunggah file (*google drive, dropbox* termasuk posting konten).

4.1.3 Tingkat Partisipasi Politik Generasi Milenial HAMAS pada Pemilu Tahun 2019

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui tentang partisipasi politik generasi milenial. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kebanyakan responden (88,57%) ketika ditanyakan soal keterlibatan mereka dalam mengkritisi kebijakan pemerintah mengakui kurang peduli terhadap hal tersebut. Pemilihan tersebut menunjukkan sangat rendahnya partisipasi responden. Hanya berkisar 11,43% yang berpartisipasi dalam mengkritik dan peduli terhadap perkembangan pemerintahan serta responden yang mau terlibat dalam mengkritisi kebijakan pemerintah.

Sebagian besar responden (83,81%) juga menyatakan tidak aktif menjadi anggota maupun pendukung aktif partai politik baik di Aceh Selatan maupun di Kota Banda Aceh sebagai tempat domisili selama studi. Meski partisipasi politik responden secara umum cenderung rendah, namun mayoritas responden (90,48%) mengaku memberikan suara mereka pada saat Pemilihan Presiden 2019 yang lalu.

Paparan hasil penelitian di atas, menemukan beberapa hal yang menonjol yang menarik untuk dibahas. Pertama, seratus persen responden yang merupakan generasi milenial (18-37 tahun) yang bermukim di Aceh Selatan terhimpun dalam HAMAS adalah pengguna internet. Handphone adalah media yang paling banyak digunakan responden saat terhubung internet. Rata-rata mereka menggunakan 5

sampai 10 jam lebih per hari saat terhubung internet. Tujuan dari penggunaan internet kebanyakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Hal ini karena karakteristik yang terbentuk pada generasi milenial atau generasi Y adalah kecanduan internet, percaya diri dan harga diri tinggi dan lebih terbuka dan bertoleransi terhadap perubahan.

4.1.4 Uji Instrumen

Uji coba instrumen ini dilakukan untuk melihat apakah soal tersebut layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari uji coba instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk melihat valid atau tidaknya kuisioner yang telah dibagikan kepada responden. Pada uji validitas memperlihatkan antara r hitung atau *person correlation* dengan r tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} berdasarkan signifikan 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n-2 = 105-2 = 103$ (n adalah jumlah data), sehingga r_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,195 Dan pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Adapun uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.1 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Informasi (X_1)

Variabel X_1	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,769	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,736		Valid
Pernyataan 3	0,903		Valid
Pernyataan 4	0,912		Valid
Pernyataan 5	0,912		Valid
Pernyataan 6	0,731		Valid

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Berdasarkan hasil analisis data di atas, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan tentang penggunaan sosial media untuk informasi dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selanjutnya, hasil validasi variabel penggunaan sosial media untuk berekspresi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Ekspresi (X_2)

Variabel X_2	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,557	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,750		Valid
Pernyataan 3	0,819		Valid
Pernyataan 4	0,743		Valid
Pernyataan 5	0,622		Valid
Pernyataan 6	0,523		Valid
Pernyataan 7	0,444		Valid

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Berdasarkan hasil validasi variabel penggunaan media sosial untuk ekspresi bahwa seluruh item dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selanjutnya, Hasil validasi variabel penggunaan sosial media untuk relasi dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Validasi Variabel Penggunaan Sosial Media untuk Relasi (X_3)

Variabel X_2	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,609	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,749		Valid
Pernyataan 3	0,762		Valid
Pernyataan 4	0,787		Valid
Pernyataan 5	0,685		Valid

Sumber: Hasil analisis data, 2022

Berdasarkan hasil uji validasi terhadap variabel penggunaan sosial media untuk relasi, maka kelima item dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil validasi validasi variabel partisipasi politik dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Hasil Validasi Variabel Partisipasi Politik (Y)

Variabel Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,270	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,340		Valid
Pernyataan 3	0,489		Valid
Pernyataan 4	0,562		Valid
Pernyataan 5	0,584		Valid
Pernyataan 6	0,740		
Pernyataan 7	0,667		
Pernyataan 8	0,663		

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Hasil dari pengujian validitas setiap butir pernyataan terhadap 105 responden pada variabel partisipasi politik (Y) seleuruhnya dinyatakan valid karena hasil perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, seluruh pernyataan baik variabel X maupun variabel Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu indikator konsisten atau sejauh mana indeks tersebut dapat dijadikan alat ukur yang terpercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan handal atau reliabel apabila *coefecient cronbach's alpha* $> 0,60$. Adapun uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X ₁	0,60	0,803
X ₂		0,757
X ₃		0,781
Y		0,730

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Pada tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X₁) yaitu sebesar 0,803, nilai variabel penggunaan sosial media untuk ekspresi (X₂) yaitu sebesar 0,757, nilai variabel

penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) adalah sebesar 0,781 dan nilai variabel partisipasi politik (Y) sebesar 0,730. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel $> 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah sampel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$, dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka residual tidak berdistribusi normal.

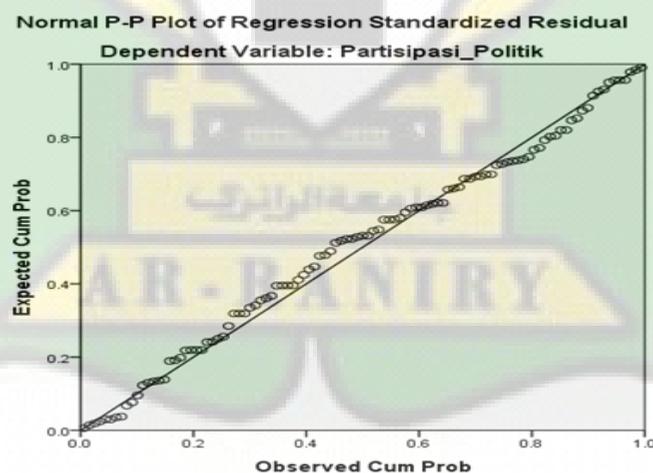
Pada penelitian ini juga didukung oleh uji statistik menggunakan grafik P-Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik searah mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan normal, akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji uji normalitas kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82066819
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.050
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Dari hasil tabel di atas berdasarkan uji normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,200 yang dimana artinya lebih besar dari 0,05 maka nilai tersebut berdistribusi normal. Grafik normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1 Normal P-Plot

Berdasarkan Gambar 4.1 tentang grafik normal P-Plot di atas menunjukkan hasil dimana penyebaran titik-titik data searah dan mengikuti garis diagonal yang berarti residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya kolerasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas

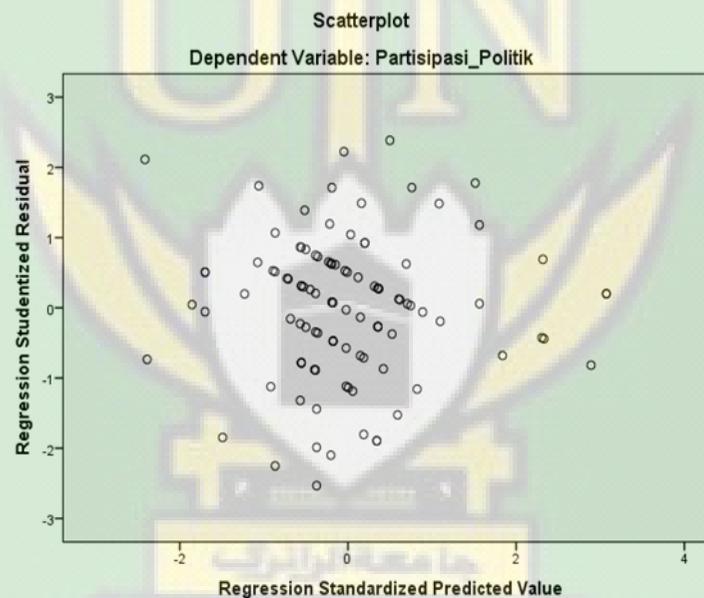
Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Penggunaan sosial media untuk informasi (X_1)	0,782	1.279
Penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2)	0,647	1.545
Penggunaan sosial media untuk relasi (X_3)	0,781	1,281

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinieritas, hal ini dapat dilihat dari nilai tollerance baik dari variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) dengan nilai *tollerance* 0,782. Pada variabel penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) yaitu 0,647 dan untk variabel penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) dengan nilai sebesar 0,781. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) adalah sebesar 1,279, sedangkan pada variabel penggunaan sosial media ntuk ekspresi (X_2) adalah 1.545 dan pada variabel penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) adalah sebesar 1,281, sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10. Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikiolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standardized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga bebas dari *heteroskedastisitas*. Sehingga model juga bebas dari heteroskedastisitas hal ini dapat dilihat pada *scatterplot* yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2 Scatterplot

Terlihat pada grafik *scatterplot* di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) dan penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) terhadap partisipasi politik (Y) dengan menggunakan SPSS. Selain itu uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (independen dan variabel terikat (dependen). Hasil pengolahan data analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS ditunjukkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	15.676	2,407		0,000
Sosial media untuk informasi (X_1)	0,227	0,084	0,257	0,008
Sosial media untuk ekspresi (X_2)	0,196	0,088	0,232	0,028
Sosial media untuk relasi (X_3)	0,212	0,096	0,209	0,030

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel diatas yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Persamaan model regresi penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (4.1)$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 15,676 + 0,227 X_1 + 0,196 X_2 + 0,212 X_3 + e \quad (4.2)$$

Berdasarkan regresi tersebut bisa disimpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefesien regresi yaitu sebesar 15.676 yang bermakna

bahwa apabila penggunaan sosial media untuk informasi, penggunaan sosial media untuk ekspresi dan penggunaan sosial media untuk relasi kosntan atau tetap, maka partisipasi politik sebesar 15.676.

- b. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefesien penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) bernilai positif sebesar 0,227 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan penggunaan sosial media untuk informasi bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan partisipasi politik sebesar 22,7% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau kosntan.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefesien penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) bernilai positif sebesar 0,196 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan Penggunaan sosial media untuk ekspresi bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan partisipasi politik sebesar 19,6% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau kosntan.
- d. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda koefesien penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) bernilai positif sebesar 0,212 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan penggunaan sosial media untuk relasi bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan partisipasi politik sebesar 21,2% dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau tetap atau kosntan.

4.1.7 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial dari tiap-tiap variabel bebas. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah individual penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2), penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) mempunyai pengaruh terhadap partisipasi politik (Y).

Untuk uji parsial digunakan dengan uji t dengan ketentuan apabila hasil t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka keputusan yang diambil adalah H_0 yang ditolak dan H_1 diterima, dan sebaliknya. Sedangkan uji simultan digunakan dengan uji F dengan ketentuan F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima dan begitu juga sebaliknya.

a. Uji parsial (Uji t)

Berdasarkan uji t (uji parsial) melalui analisis regresi, diperoleh hasil variabel bebas individual penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2), penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) terhadap variabel partisipasi politik (Y). Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikan 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 105 - 3 - 1 = 101$ (n adalah jumlah data dan k adalah variabel independen), sehingga t_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,983. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Uji Parsial (Uji t)

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	sig
Constant	6,512		0,000
Penggunaan sosial media untuk informasi (X_1)	2,706	1,983	0,008
Penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2)	2,224		0,028
Penggunaan sosial media untuk relasi (X_3)	2,203		0,030

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui besarnya pengaruh masing-masing pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,706 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,008. Nilai signifikansi $0,008 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,05. Dengan demikian, t_{hitung} (2,706) $>$ t_{tabel} (1,983). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) terhadap partisipasi politik.
- 2) Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,224 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,028. Nilai signifikansi $0,028 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, t_{hitung} (2,224) $>$ t_{tabel} (1,983). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) terhadap partisipasi politik.
- 3) Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,203 dengan nilai profitabilitas sebesar 0,010. Nilai signifikansi $0,030 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α)

0,050. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,203) > t_{tabel} (1,983)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) terhadap partisipasi politik.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh variabe penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2), penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) terhadap variabel partisipasi politik (Y).

Metode Fisher (uji F) pada tingkat kepercayaan 0,05. Kriteria pengujian adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang dapat diketahui dengan menghitung F tabel $df_2 = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 2,69$. Maka f tabel 2,69 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen), sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima. secara ANNOVA^a dapat dijelaskan pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.648	3	46.883	13.735	.000 ^b
	Residual	344.743	101	3.413		
	Total	485.390	104			
a. Dependent Variable: Partisipasi_Politik						
b. Predictors: (Constant), Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi, Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi, Penggunaan_Sosmed_Untuk_Ekspresi						

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,735 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), sedangkan F_{tabel} pada

tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah F tabel $df_2 = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 2,69$. Maka f table sebesar 3,20. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,735 > 2,69$). Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2), penggunaan sosial media untuk relasi secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap partisipasi politik (Y) atau dengan kata lain hipotesis (H_a) diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefisien dterminasi berkisar antara nol sampai denan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,539	0,290	0,269	1,848

Sumber: Hasil penelitian (data diolah, 2022)

Dari tabel di atas nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,290. Hal ini menunjukkan bahwa 29% variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2), penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) dijelaskan oleh variabel variabel partisipasi politik (Y). Sedangkan sisanya 71% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, penggunaan sosial media oleh generasi milenial HAMAS berpengaruh sebesar 29% terhadap partisipasi politik pada Pemilu Presiden 2019.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Generasi milenial memiliki potensi yang besar bagi kekuatan politik karena jumlahnya yang banyak. Tingkat partisipasi pemilih pada Pemilu Serentak 2019 di Aceh Selatan tertinggi sepanjang sejarah pemilihan presiden.² Partisipasi kaum milenial HAMAS dalam dunia digital sangat aktif. Hal ini ditandai rata-rata kalangan remaja yang milenial menggunakan media digital seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *tik tok*, dan berbagai jenis aplikasi media sosial yang lainnya. Jika diperhatikan lebih lanjut, dunia media digital yang dimainkan para generasi milenial HAMAS banyak mempengaruhi perilakunya terhadap partisipasi politik.

Ada banyak cara yang dapat dilakukan setiap warga negara untuk berpartisipasi dalam bidang politik. Menurut Teorell, et al, partisipasi politik warga diantaranya dengan memberikan suara dalam Pemilu/Pilkada, mengirim surat/pesan kepada pemerintah, ikut dalam aksi protes atau demonstrasi, menjadi anggota partai politik, menjadi anggota organisasi kemasyarakatan, mencalonkan diri untuk jabatan publik, memberikan sumbangan kepada partai atau politisi, hingga ikut dalam acara penggalangan dana.³

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau $13,735 > 2,69$). Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1), penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2),

² Ketua Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh Selatan.

³ Morissan. *Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda*. Jurnal Visi Komunikasi, Volume 15, No.01, Mei 2016: 96 – 113 102.

penggunaan sosial media untuk relasi secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif terhadap partisipasi politik (Y).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,290. Hal ini menunjukkan bahwa 29% variabel penggunaan sosial media (X) berpengaruh terhadap partisipasi politik (Y) generasi milenial HAMAS pada Pemilu Presiden Tahun 2019. Sedangkan sisanya 71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, penggunaan sosial media oleh generasi milenial HAMAS berpengaruh sebesar 29% terhadap partisipasi politik pada Pemilu Presiden 2019.

Selain secara simultan, secara individual setiap variabel memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik. Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,706. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,706) > t_{tabel} (1,983)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk informasi (X_1) terhadap partisipasi politik (Y).

Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,224. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,224) > t_{tabel} (1,983)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk ekspresi (X_2) terhadap partisipasi politik. Selanjutnya, Hasil dari uji t untuk variabel penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,203. Dengan demikian, $t_{hitung} (2,203) > t_{tabel} (1,983)$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan sosial media untuk relasi (X_3) terhadap partisipasi politik (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Kilber, et al yang menyebutkan bahwa karakteristik yang terbentuk pada generasi milenial atau

generasi Y adalah kecanduan internet, percaya diri dan harga diri tinggi dan lebih terbuka dan bertoleransi terhadap perubahan.⁴ Generasi milenial memiliki karakteristik pola komunikasinya yang sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan.



⁴ Kilber, J., Barclay, A., dan Ohmer, D. Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 2014. 15: 4, 80-9.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial pada Pemilu Presiden 2019 Di Aceh Selatan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Intensitas penggunaan media sosial generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019, rata-rata mereka menggunakan lebih 5 sampai 10 jam per hari saat terhubung internet. Tujuan dari penggunaan internet kebanyakan untuk mencari informasi, berekspresi dan untuk dan untuk membangun relasi.
2. Tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu tahun 2019 tergolong rendah yaitu hanya berkisar 11,43% yang berpartisipasi dalam mengkritik dan peduli terhadap perkembangan roda pemerintahan serta mau terlibat dalam mengkritisi kebijakan pemerintah. Meski partisipasi politik responden secara umum cenderung rendah, namun mayoritas responden (90,48%) mengaku memberikan suara mereka pada saat Pemilihan Presiden 2019 yang lalu.
3. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial HAMAS pada Pemilu 2019 menunjukkan bahwa 29% variabel penggunaan sosial media (X) berpengaruh terhadap partisipasi politik (Y) pada Pemilu Presiden Tahun 2019. Sedangkan sisanya 71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Generasi milenial adalah generasi yang unik dan memiliki karakter yang khas. Generasi ini termasuk salah satu pemegang estafet bonus demografi Indonesia 2020-2030 mendatang dan merupakan generasi penerus bangsa. Karena itu partisipasi politik serta dukungan generasi milenial sebagai generasi muda sangat dibutuhkan untuk masa depan bangsa dan negara.
2. Jumlah generasi milenial di Indonesia tahun 2020 dan 2021 tergolong jumlah yang sangat banyak. Hal ini menjadi modal baik bagi negara maupun partai politik untuk memanfaatkan generasi ini berpartisipasi aktif baik dalam partai politik maupun komunitas-komunitas politik untuk kepentingan bangsa.
3. Dukungan dan partisipasi politik generasi milenial ini akan terbentuk jika terus menerus terpapar media digital yang berisikan sosialisasi atau informasi/berita tentang kampanye mendukung kebijakan-kebijakan pemerintah yang positif.
4. Mengingat generasi ini adalah mayoritas pengguna media digital (internet, media sosial dan lain sebagainya). Sosialisasi tersebut bisa dalam bentuk film, pesan teks yang menarik serta video digital di media sosial maupun media online lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rahman, H.I *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Addina Islami Utama Siregar, *Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan*. Jurnal Simbolika, 7 (1) April 2021.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. (Jakarta Pusat: BPS, 2018).
- Badri, Muhammad. *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2011.
- Cholisin, dkk. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Yogyakarta: UNY. Press, 2007.
- Chris Brogan *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, 2010.
- Christiany Juditha, *Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial*, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 22 No. 2, Desember 2018.
- Creeber, G. & Martin, R (ed.). *Digital Cultures: Understanding New Media*, Ed. Terjemahan Bahasa Indonesia, Berkshire-England: Open University Press, 2009.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014.
- D Ruben Brent dan Lea P Stewart, *Komunikasi dan Perilaku. Manusia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Dailey, Patrick R. *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Edisi Terjemahan, Burlington: Linkage, 2009.
- Danis Puntoadi. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Jakarta. Rangkuti, 2011.
- Humaizi. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press, 2018.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Kilber, J., Barclay, A., dan Ohmer, D. Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 2014.
- Kokom Komariah, Dede Sri Kartini, *Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu*, Jurnal Aristo Sosial Politik Humaniora, Vol. 1, No, 1, Januari 2019.

- Lievrouw, Leah A. *New Media, Mediation, and Communication Study*. Information, Communication & Society Vol. 12, No. 3, April 2009.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Lynn RW dan H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika, 2008.
- Miriam Budiardjo. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia, 2008.
- Mohtar Mas'od dan Colin McAndrews, *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2011.
- Mondry. 2008. *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Morissan. *Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda*. Jurnal Visi Komunikasi, Volume 15, No.01, Mei 2016.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Ramlan Surbakti. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia. Widiasarana Indonesia, 2010.
- Rizky Mauliza, *Preferensi Politik Pemilih Pemula pada Pemilu Legislatif Tahun 2014 (Studi Pada Mahasiswa Tingkat I Jurusan Ilmu Politik FISIP USU)*. Jurnal MT-Studi Pembangunan USU, 2015.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2007.
- Sudjana, *Metoda Statistika*, Bandung: Tarsito, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Undang-Undang No 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum.
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Julpahmi, saya adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Politik FISIP UIN Ar-Raniry Banda Aceh, kebetulan saya sedang melakukan penelitian untuk Skripsi saya yang berjudul "Intensitas Penggunaan Media Digital terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Pada Pemilu Presiden 2019 di Kabupaten Aceh Selatan" dengan lingkup penelitian mahasiswa yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (HAMAS) dari angkatan 2020 sampai dengan 2021 dengan mengambil secara acak nama-nama yang sudah didapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis intensitas penggunaan media digital generasi milenial di Kabupaten Aceh Selatan pada Pemilu tahun 2019, mengetahui tingkat partisipasi politik generasi milenial di Kabupaten Aceh Selatan pada Pemilu tahun 2019, dan untuk mendeskripsikan kaitan antara intensitas penggunaan media dengan tingkat partisipasi politik digital generasi milenial pada Pemilu 2019 di Kabupaten Aceh Selatan.

Oleh karena itu diharapkan kesediaanya bagi saudara untuk menjadi responden dalam penelitian saya. Mengingat ini adalah angket yang digunakan untuk penelitian, maka hal-hal yang terdapat di dalamnya berupa identitas diri serta jawaban yang anda berikan akan terjamin kerahasiaannya. Data dari jawaban tersebut hanya sebatas sebagai kebutuhan bagi penelitian dan tidak akan disebarakan kepada pihak manapun.

Terima kasih atas kesediaanya semoga saudara/I selalu dimudahkan dalam menjalani segala urusannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahiwabarakatuh.

Hormat Saya
Peneliti,

Julpahmi

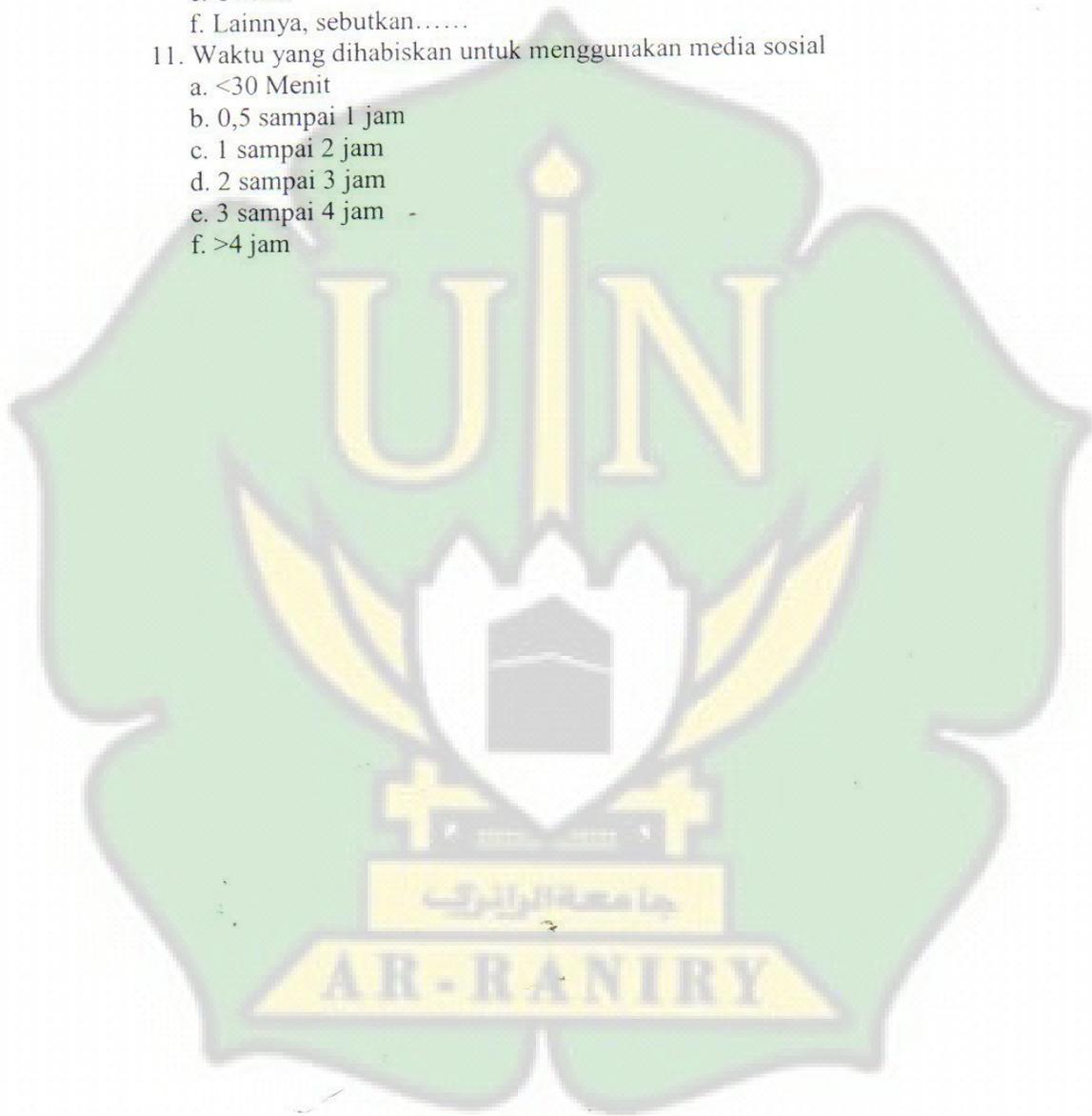
BAGIAN I

A. Identitas Responden

Isilah pada bagian yang kosong atau beri tanda (X) pada kotak yang sesuai

1. Nama lengkap:
2. Angkatan masuk:
 - a. 2020
 - b. 2021
3. Jenis kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
4. Program studi
 - a. Hubungan internasional
 - b. Sosiologi
 - c. Ilmu Politik
5. Apakah anda menggunakan Internet
(jika menjawab tidak, maka langsung ke pertanyaan 12 dan tidak usah mengisi bagian II dan III).
 - a. Iya
 - b. Tidak
6. Umumnya mengakses internet melalui apa
 - a. Laptop
 - b. Handphone
 - c. Komputer
 - d. Lainnya, sebutkan.....
7. Seberapa lama mengakses internet dalam sehari
 - a. <30 Menit
 - b. 0,5 sampai 1 jam
 - c. 1 sampai 2 jam
 - d. 2 sampai 3 jam
 - e. 3 sampai 4 jam
 - f. >4 jam
 - g. Lainnya, sebutkan.....
8. Umumnya mengakses internet untuk apa
 - a. Belanja Online (jual-beli online)
 - b. Entertainment (game online, music, film, dll)
 - c. Edukasi (tugas kuliah, kursus online, dll)
 - d. Sosial Politik (cari berita politik, agama, sosial, kegiatan amal,dll)
 - e. Lainnya, sebutkan.....
9. Apakah anda menggunakan media social (Facebook, Instagram, Whatsapp, Line, dll) **(jika menjawab tidak, maka langsung ke pertanyaan 12 dan tidak usah mengisi bagian II dan III)**
 - a. Iya
 - b. Tidak

10. Media sosial yang paling sering digunakan
- a. Instagram
 - b. Whatsapp
 - c. Line
 - d. Facebook
 - e. Twitter
 - f. Lainnya, sebutkan.....
11. Waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial
- a. <30 Menit
 - b. 0,5 sampai 1 jam
 - c. 1 sampai 2 jam
 - d. 2 sampai 3 jam
 - e. 3 sampai 4 jam
 - f. >4 jam



BAGIAN II

Bagian ini peneliti ingin mengetahui intensitas jenis penggunaan di sosial media yang akan mempengaruhi tingkat partisipasi politik online. Penggunaan sosial media dibagi menjadi tiga jenis (penggunaan untuk informasi, ekspresi politik dan relasional) yang mana masing-masing akan diukur tingkat penggunaannya dan akan dikaitkan dengan tingkat partisipasi politik online yang dilakukan. Responden diminta untuk memberikan tanda (x) pada kolom yang dirasa tepat untuk menjawab setiap kegiatan yang diberikan.

Petunjuk:

Berdasarkan penilaian dari anda berilah tanda ceklis (√) pada salah satu kolom yang tersedia:

- TP : Tidak Pernah
- J : Jarang
- K : Kadang-kadang
- S : Sering
- SS : Sangat Sering

A. Penggunaan Media Sosial untuk Informasi

Penggunaan ini dimaksudkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan di media sosial terkait mencari, mengumpulkan, dan membagikan berbagai jenis informasi melalui media sosial, yang meliputi berita, informasi tentang masyarakat atau komunitas, dan informasi kampanye.

Seberapa sering anda melakukan kegiatan-kegiatan berikut di media sosial.

No	Aktivitas	Pilihan Jawaban				
		TP	J	K	S	SS
1	Mencari informasi secara umum					
2	Mencari informasi terbaru tentang masalah daerah yang ditinggali					
3	Mengikuti perkembangan berita yang sedang menjadi <i>trending/viral</i>					
4	Menyimpan/ <i>download</i> berbagai jenis informasi (teks, foto, video, dll)					
5	Membagikan/ <i>sharing</i> informasi yang unik ke media sosial orang-orang dekat (teman, keluarga, dll).					
6	Mencari tahu informasi tentang politisi yang disukai					

B. Penggunaan Media Sosial untuk Ekspresi Politik

Penggunaan ini dimaksudkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan di media sosial untuk mengekspresikan diri, mengartikulasikan opini, menyampaikan ide dari pemikiran seseorang ataupun pribadi dalam hal-hal atau ranah yang bersifat politik tanpa ada ajakan untuk ikut berpartisipasi dalam memilih salah satu

BAGIAN II

Bagian ini peneliti ingin mengetahui intensitas jenis penggunaan di sosial media yang akan mempengaruhi tingkat partisipasi politik online. Penggunaan sosial media dibagi menjadi tiga jenis (penggunaan untuk informasi, ekspresi politik dan relasional) yang mana masing-masing akan diukur tingkat penggunaannya dan akan dikaitkan dengan tingkat partisipasi politik online yang dilakukan. Responden diminta untuk memberikan tanda (x) pada kolom yang dirasa tepat untuk menjawab setiap kegiatan yang diberikan.

Petunjuk:

Berdasarkan penilaian dari anda berilah tanda ceklis (√) pada salah satu kolom yang tersedia:

- TP : Tidak Pernah
- J : Jarang
- K : Kadang-kadang
- S : Sering
- SS : Sangat Sering

A. Penggunaan Media Sosial untuk Informasi

Penggunaan ini dimaksudkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan di media sosial terkait mencari, mengumpulkan, dan membagikan berbagai jenis informasi melalui media sosial, yang meliputi berita, informasi tentang masyarakat atau komunitas, dan informasi kampanye.

Seberapa sering anda melakukan kegiatan-kegiatan berikut di media sosial.

No	Aktivitas	Pilihan Jawaban				
		TP	J	K	S	SS
1	Mencari informasi secara umum					
2	Mencari informasi terbaru tentang masalah daerah yang ditinggali					
3	Mengikuti perkembangan berita yang sedang menjadi <i>trending/viral</i>					
4	Menyimpan/ <i>download</i> berbagai jenis informasi (teks, foto, video, dll)					
5	Membagikan/ <i>sharing</i> informasi yang unik ke media sosial orang-orang dekat (teman, keluarga, dll).					
6	Mencari tahu informasi tentang politisi yang disukai					

B. Penggunaan Media Sosial untuk Ekspresi Politik

Penggunaan ini dimaksudkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan di media sosial untuk mengekspresikan diri, mengartikulasikan opini, menyampaikan ide dari pemikiran seseorang ataupun pribadi dalam hal-hal atau ranah yang bersifat politik tanpa ada ajakan untuk ikut berpartisipasi dalam memilih salah satu

calon. Secara garis besar penggunaan ini hanya sebagai bentuk pengresponan diri dalam hal-hal yang bersifat politik.

Seberapa sering anda melakukan kegiatan-kegiatan berikut di media sosial

No	Aktivitas	Pilihan Jawaban				
		TP	J	K	S	SS
1	<i>Posting</i> mengenai pemikiran mengenai peristiwa-peristiwa politik yang actual					
2	Mengomentari <i>posting</i> -an orang lain yang berkaitan dengan isu politik					
3	Memposting pengalaman pribadi mengenai politik					
4	<i>Posting</i> foto, video, atau meme mengenai isu politik					
5	Mengikuti/ <i>follow</i> akun media sosial orang (tokoh masyarakat, politikus, dll) yang sering membahas isu-isu politik					
6	Membagikan atau <i>sharing</i> informasi mengenai masalah-masalah politik kepada orang-orang terdekat (teman, keluarga, dll)					
7	Membalas/ <i>reply</i> komentar-komentar orang mengenai politik					

C. Penggunaan Media Sosial untuk Menjaga Hubungan (Relasional)

Penggunaan ini dimaksudkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan di media sosial untuk memulai, mempertahankan dan memperkuat relasi (hubungan) dengan orang lain termasuk di dalamnya keluarga, kerabat atau saudara.

Seberapa sering anda melakukan kegiatan-kegiatan berikut di media sosial

No	Aktivitas	Pilihan Jawaban				
		TP	J	K	S	SS
1	Menjaga hubungan dengan keluarga atau kerabat yang jarang bertemu langsung					
2	Mempererat hubungan dengan keluarga atau kerabat					
3	Mencari komunitas-komunitas yang disukai (hobi, profesi, dll) di media sosial					
4	Memberikan tanda (<i>like/comment</i>) untuk postingan orang terdekat (teman, keluarga, dll)					
5	Memberikan ucapan selamat (pernikahan, ulang tahun, prestasi, dll) untuk teman					

BAGIAN III

Bagian ini peneliti ingin mengetahui sejauh mana intensitas partisipasi politik online yang dilakukan oleh responden dalam satu tahun terakhir. Hal ini dimaksudkan untuk melihat tinggi atau rendahnya keaktifan dan keterlibatan dalam partisipasi politik gaya baru (online) yang dimiliki. Responden diminta untuk memberikan tanda (x) pada kolom yang dirasa tepat untuk menjawab setiap kegiatan partisipasi politik online yang diberikan

Partisipasi Politik:

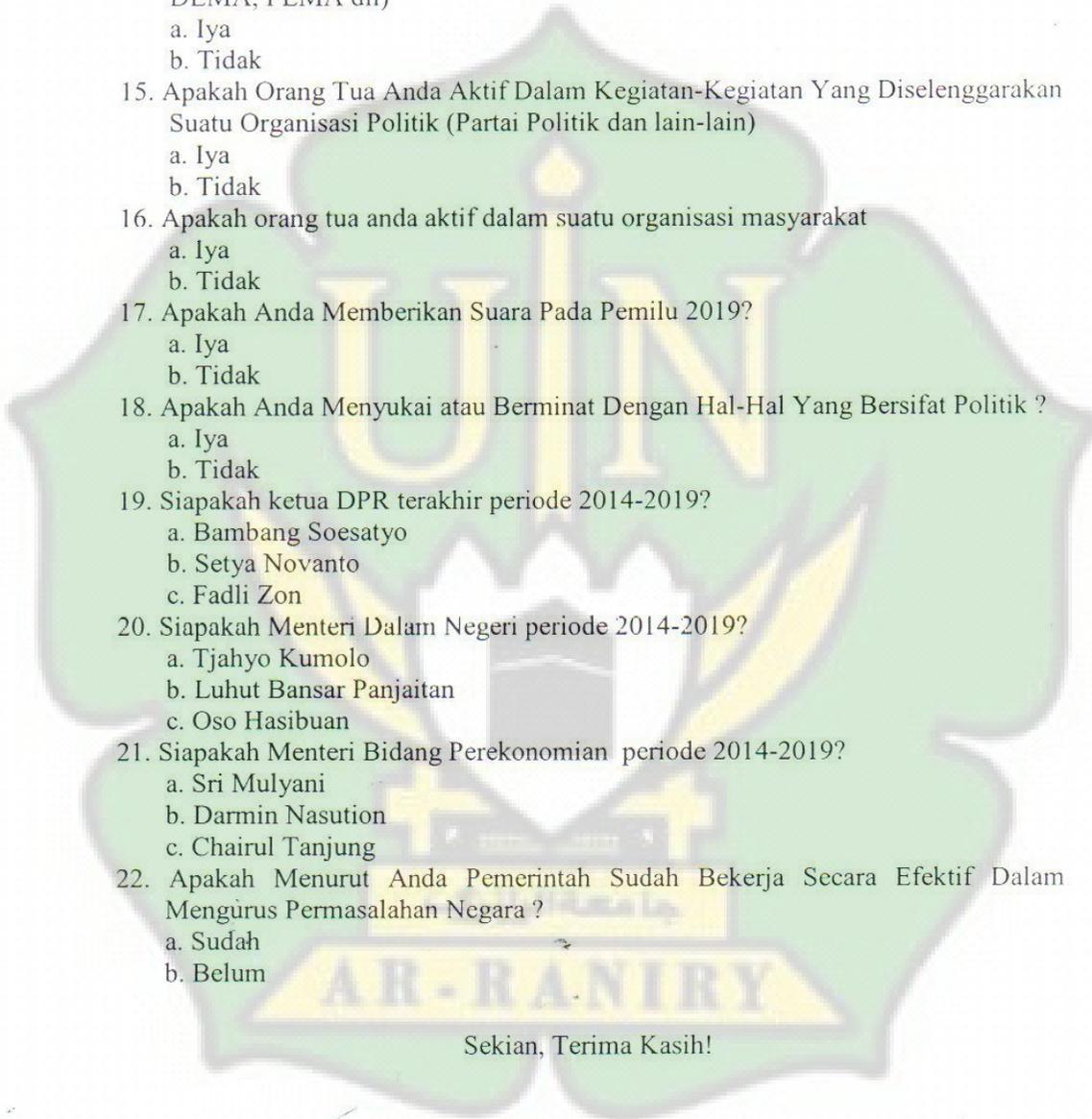
Kegiatan ini dimaksudkan dengan suatu bentuk aktivitas partisipasi yang bisa memengaruhi struktur pemerintahan, pemilihan umum ataupun kebijakan yang dilakukan secara *online*. Singkatnya adalah partisipasi politik dan partisipasi politik online hanya memiliki perbedaan dalam segi ruangnya, partisipasi politik online memanfaatkan internet sebagai medium baru untuk melakukan kegiatan partisipasi politik yang umumnya partisipasi politik konvensional lakukan di dunia nyata sedangkan online di dunia maya.

Dalam satu tahun terakhir, seberapa sering anda melakukan aktivitas-aktivitas berikut di media sosial atau secara *online*:

No	Aktivitas	Pilihan Jawaban				
		TP	J	K	S	SS
1	Menyumbang uang untuk kampanye ke salah satu calon secara <i>online</i> /melalui HP (E-banking, Ibanking, dll)					
2	Menghubungi pemerintah atau politikus secara <i>online</i> untuk suatu evaluasi kinerja (memberikan pendapat, saran kebijakan, dll)					
3	Menandatangani petisi terkait isu politik					
4	Menyebarkan/ <i>share</i> petisi terkait isu politik					
5	Memposting foto salah satu caleg atau kepala daerah demi kampanye (menyebarkan foto, prestasi, dll)					
6	Menjadi relawan/buzzer untuk kampanye					
7	Mengirim tulisan terkait isu politik di media <i>online</i> (qureta, geotimes, dll)					
8	Berdiskusi masalah politik di grup-grup percakapan (chat group)					

12. Pengeluaran Perbulan

- <Rp 1000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
- Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000
- Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000
- >Rp 3.000.000

- 
13. Apakah Anda Mengikuti Organisasi Mahasiswa Ektra Kampus (HMI, PMII, KAMMI, dan lain-lain)
- Iya
 - Tidak
14. Apakah Anda Mengikuti Organisasi Mahasiswa Intra Kampus (HMJ, SEMA, DEMA, PEMA dll)
- Iya
 - Tidak
15. Apakah Orang Tua Anda Aktif Dalam Kegiatan-Kegiatan Yang Diselenggarakan Suatu Organisasi Politik (Partai Politik dan lain-lain)
- Iya
 - Tidak
16. Apakah orang tua anda aktif dalam suatu organisasi masyarakat
- Iya
 - Tidak
17. Apakah Anda Memberikan Suara Pada Pemilu 2019?
- Iya
 - Tidak
18. Apakah Anda Menyukai atau Berminat Dengan Hal-Hal Yang Bersifat Politik ?
- Iya
 - Tidak
19. Siapakah ketua DPR terakhir periode 2014-2019?
- Bambang Soesatyo
 - Setya Novanto
 - Fadli Zon
20. Siapakah Menteri Dalam Negeri periode 2014-2019?
- Tjahyo Kumolo
 - Luhut Bansar Panjaitan
 - Oso Hasibuan
21. Siapakah Menteri Bidang Perekonomian periode 2014-2019?
- Sri Mulyani
 - Darmin Nasution
 - Chairul Tanjung
22. Apakah Menurut Anda Pemerintah Sudah Bekerja Secara Efektif Dalam Mengurus Permasalahan Negara ?
- Sudah
 - Belum

Sekian, Terima Kasih!

Lampiran Hasil Analisis Data SPSS

1. Uji Validitas

$$R \text{ tabel} = n-2 = 105-2 = 101 = 0,195$$

a. Variabel Penggunaan Sosial Media Informasi (X_1)

Variabel X_1	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,769	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,736		Valid
Pernyataan 3	0,903		Valid
Pernyataan 4	0,912		Valid
Pernyataan 5	0,912		Valid
Pernyataan 6	0,731		Valid

b. Variabel Penggunaan Sosial Media Ekspresi (X_2)

Variabel X_2	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,557	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,750		Valid
Pernyataan 3	0,819		Valid
Pernyataan 4	0,743		Valid
Pernyataan 5	0,622		Valid
Pernyataan 6	0,523		
Pernyataan 7	0,444		

c. Variabel Penggunaan Sosial Media Relasi (X_3)

Variabel X_2	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,609	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,749		Valid
Pernyataan 3	0,762		Valid
Pernyataan 4	0,787		Valid
Pernyataan 5	0,685		Valid

d. Variabel Partisipasi Politik (Y)

Variabel Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,270	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,340		Valid
Pernyataan 3	0,489		Valid
Pernyataan 4	0,562		Valid
Pernyataan 5	0,584		Valid
Pernyataan 6	0,740		
Pernyataan 7	0,667		
Pernyataan 8	0,663		

Data Mentah (Data SPSS)

Variabel Penggunaan Sosial Media Informasi (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Penggunaan_Sos med_Untuk_Infor masi
X1.1	Pearson Correlation	1	.623**	.704**	.612**	.598**	.333**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.2	Pearson Correlation	.623**	1	.557**	.557**	.528**	.365**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.3	Pearson Correlation	.704**	.557**	1	.867**	.840**	.550**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.4	Pearson Correlation	.612**	.557**	.867**	1	.881**	.625**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.5	Pearson Correlation	.598**	.528**	.840**	.881**	1	.682**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
X1.6	Pearson Correlation	.333**	.365**	.550**	.625**	.682**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Penggunaan_Sosmed_Untuk_I	Pearson Correlation	.769**	.736**	.903**	.912**	.912**	.731**	1

nformasi	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Penggunaan Sosial Media Ekspresi(X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Penggunaan_Sos med_Untuk_Ekss presi
X2.1	Pearson Correlation	1	.462**	.364**	.275**	.063	.196*	.174	.557**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.524	.045	.077	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.2	Pearson Correlation	.462**	1	.641**	.424**	.284**	.195*	.296**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.046	.002	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.3	Pearson Correlation	.364**	.641**	1	.645**	.487**	.269**	.210*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.006	.032	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.4	Pearson Correlation	.275**	.424**	.645**	1	.566**	.284**	.150	.743**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.003	.127	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.5	Pearson Correlation	.063	.284**	.487**	.566**	1	.186	.138	.622**
	Sig. (2-tailed)	.524	.003	.000	.000		.057	.161	.000

	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.6	Pearson Correlation	.196	.195	.269**	.284**	.186	1	.162	.523**
	Sig. (2-tailed)	.045	.046	.006	.003	.057		.099	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.7	Pearson Correlation	.174	.296**	.210	.150	.138	.162	1	.444**
	Sig. (2-tailed)	.077	.002	.032	.127	.161	.099		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105
Penggunaan_Sosmed_Untuk_Eksspresi	Pearson Correlation	.557**	.750**	.819**	.743**	.622**	.523**	.444**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

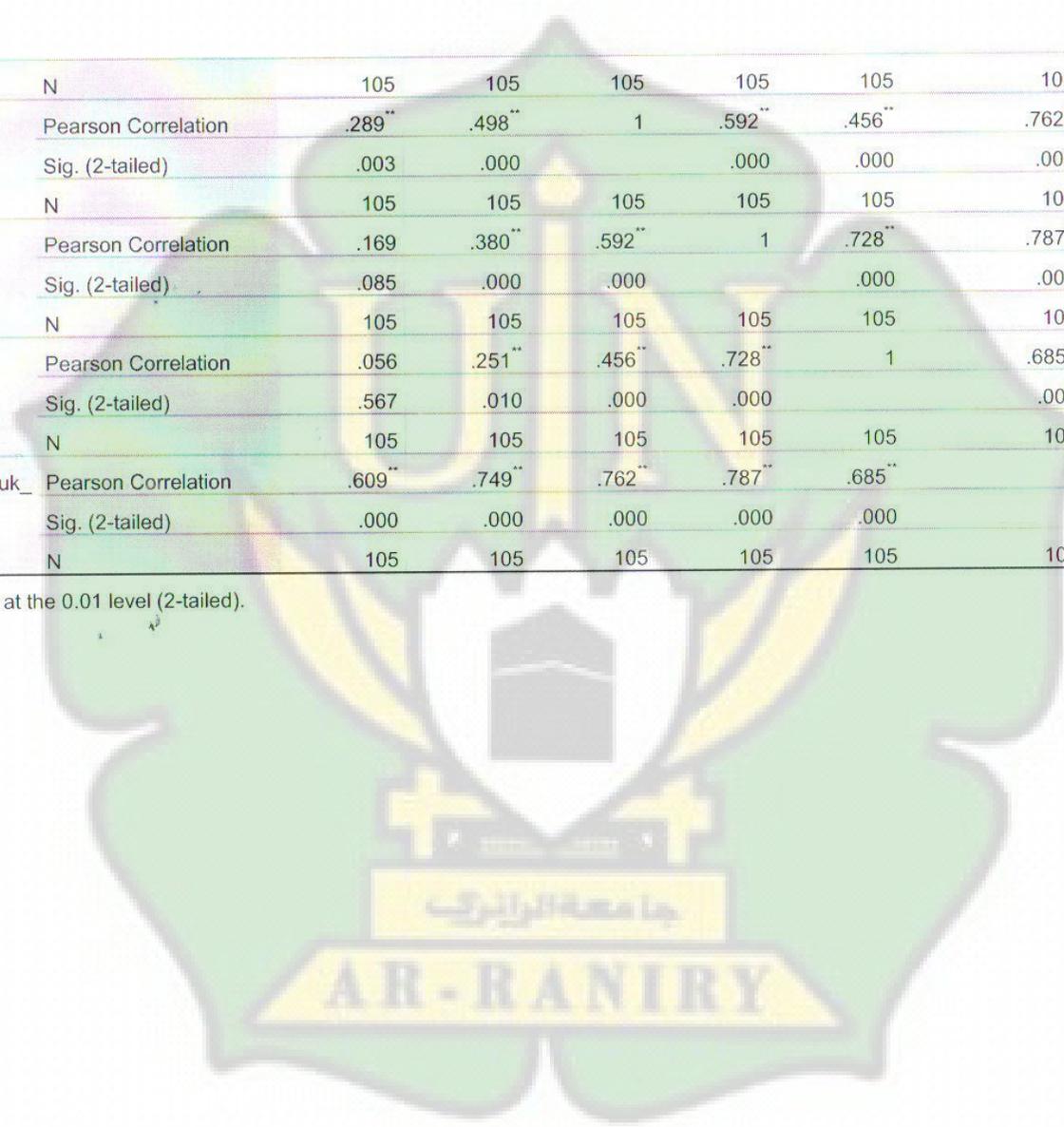
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Penggunaan Sosial Media Relasi (X₃)

		Correlations					Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	asi
X3.1	Pearson Correlation	1	.551**	.289**	.169	.056	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.085	.567	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.2	Pearson Correlation	.551**	1	.498**	.380**	.251**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.010	.000
	N	105	105	105	105	105	105

	N	105	105	105	105	105	105
X3.3	Pearson Correlation	.289**	.498**	1	.592**	.456**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.4	Pearson Correlation	.169	.380**	.592**	1	.728**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.085	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.5	Pearson Correlation	.056	.251**	.456**	.728**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.567	.010	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Penggunaan_Sosmed_Untuk_	Pearson Correlation	.609**	.749**	.762**	.787**	.685**	1
Relasi	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



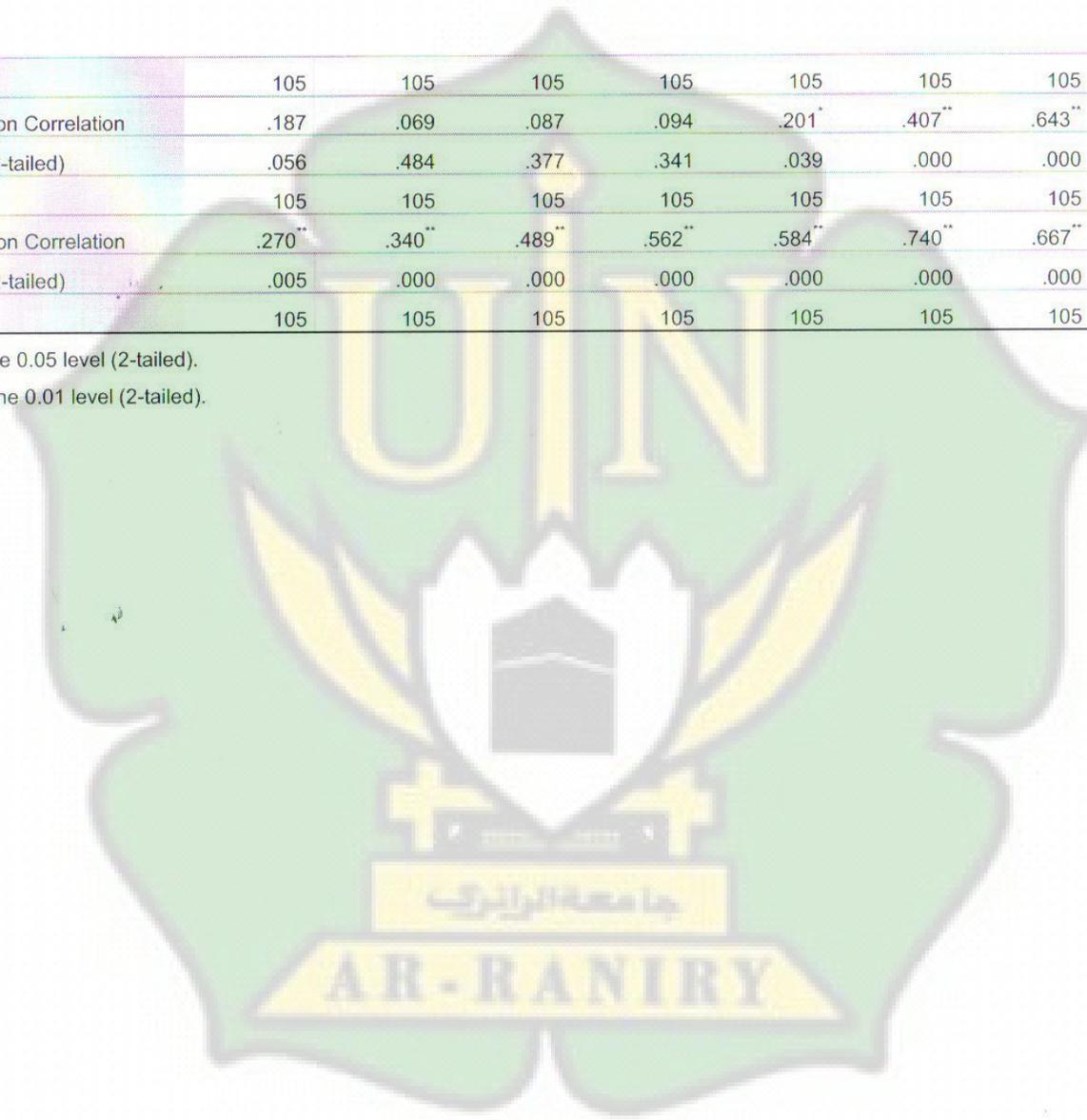
Variabel Partisipasi Politik(Y)

		Correlations								Partisipasi Politik
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Y.1	Pearson Correlation	1	.085	-.073	-.036	.235 [*]	-.007	.193 [*]	.187	.270 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.386	.460	.713	.016	.947	.049	.056	.005
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.2	Pearson Correlation	.085	1	.170	.149	.149	.134	.071	.069	.340 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.386		.083	.129	.129	.173	.471	.484	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.3	Pearson Correlation	-.073	.170	1	.434 ^{**}	.108	.298 ^{**}	-.031	.087	.489 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.460	.083		.000	.272	.002	.753	.377	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.4	Pearson Correlation	-.036	.149	.434 ^{**}	1	.504 ^{**}	.258 ^{**}	.097	.094	.562 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.713	.129	.000		.000	.008	.326	.341	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.5	Pearson Correlation	.235 [*]	.149	.108	.504 ^{**}	1	.355 ^{**}	.208 [*]	.201 [*]	.584 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.016	.129	.272	.000		.000	.034	.039	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.6	Pearson Correlation	-.007	.134	.298 ^{**}	.258 ^{**}	.355 ^{**}	1	.536 ^{**}	.407 ^{**}	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.947	.173	.002	.008	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.7	Pearson Correlation	.193 [*]	.071	-.031	.097	.208 [*]	.536 ^{**}	1	.643 ^{**}	.667 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.049	.471	.753	.326	.034	.000		.000	.000

	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Y.8	Pearson Correlation	.187	.069	.087	.094	.201*	.407**	.643**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.056	.484	.377	.341	.039	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
Partisipasi_Politik	Pearson Correlation	.270**	.340**	.489**	.562**	.584**	.740**	.667**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



2. Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
X ₁	0,60	0,803
X ₂		0,757
X ₃		0,781
Y		0,730

Data reliabel atau dapat dipercaya karena keempat variabel nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60

Data Mentah Reliabilitas

Variabel Penggunaan Sosial Media Informasi (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.803	7

Variabel Penggunaan Sosial Media Ekspresi(X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.757	8

Variabel Penggunaan Sosial Media Relasi (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.781	6

Variabel Partisipasi Politik(Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

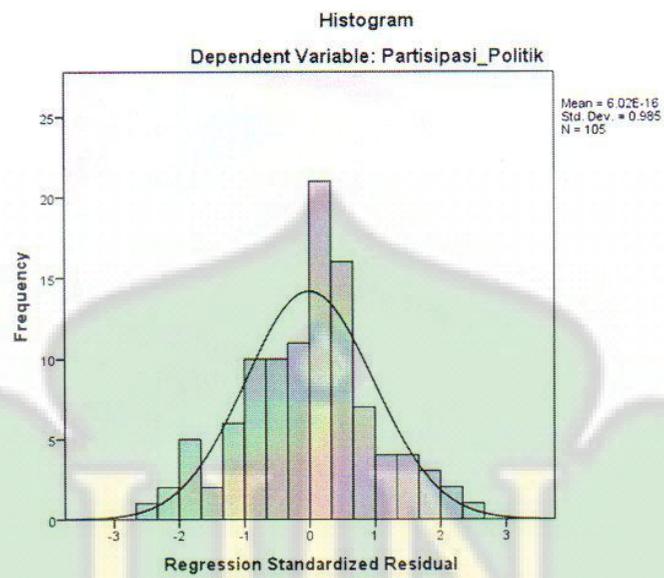
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.730	9

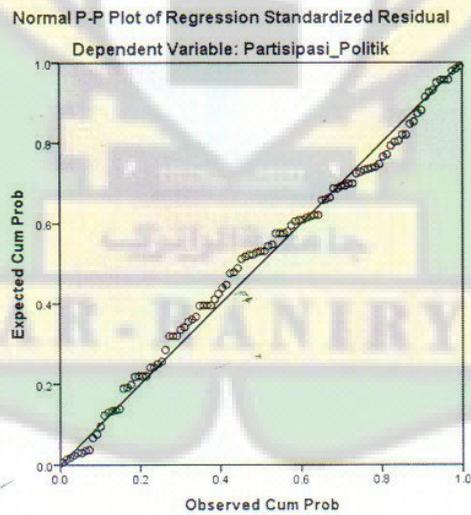
3. Uji Normalitas

a. Histogram



Data normal dikarenakan tidak melebar kekiri maupun kanan

b. P-Plot



Data Normal dikarenakan titik mengikuti diagonal dan tidak menyebar.

c. Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82066819
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.050
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Data normal dikarenakan nilai kolmogorov lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200

4. Uji Heterokedastisitas

a. Uji Spearman

Correlations

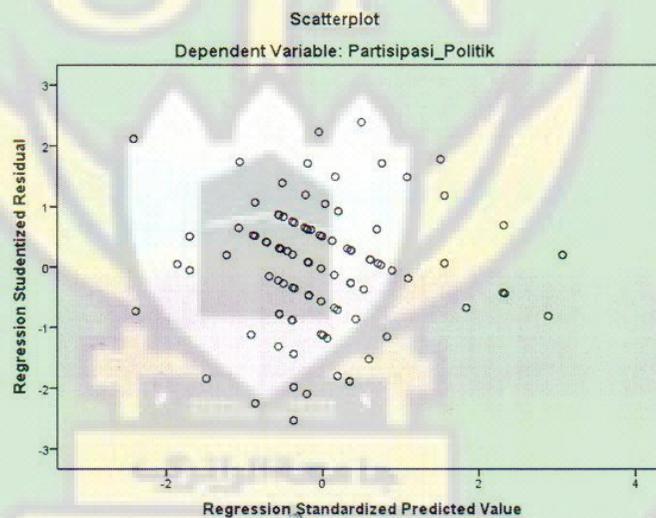
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Ekspresi	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi	Partisipasi_Politik
Spearmans rho	Correlation	.356**	.138	.366**
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.160	.000
	N	105	105	105
	Correlation	.356**	.354**	.403**
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	105	105	105

Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi	Correlation	.138	.354**	1.000	.350**
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.160	.000		.000
	N	105	105	105	105
Partisipasi_Politik	Correlation	.366**	.403**	.350**	1.000
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Terbebas dari heteroskedasitas dikarenakan nilai spearman rho lebih besar dari 0,05
 Penggunaan Sosial Media Informasi (X_1) $0,366 > 0,050$
 Penggunaan Sosial Media Ekspresi(X_2) $0,403 > 0,050$
 Penggunaan Sosial Media Relasi (X_3) $0,350 > 0,050$

b. Scatter Plot



Data terhindar dari heteroskedasitas dikarenakan titik menyebar dan tidak bertumpuk.

5. Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Penggunaan Sosial Media Informasi (X ₁)	0,782	1.279
Penggunaan Sosial Media Ekspresi(X ₂)	0,647	1.545
Penggunaan Sosial Media Relasi (X ₃)	0,781	1,281

Data Mentah Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi	.782	1.279
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Eksspresi	.647	1.545
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi	.781	1.281

a. Dependent Variable: Partisipasi_Politik

6. Uji koefisien (Model R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,539	0,290	0,269	1,848

Sebesar 29,0% dijelaskan oleh variabel yang ada dan 71% dijelaskan oleh variabel lain.

Data mentah Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.290	.269	1.848

a. Predictors: (Constant), Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi, Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi, Penggunaan_Sosmed_Untuk_Eksspresi

b. Dependent Variable: Partisipasi_Politik

7. Uji t

Model	t _{hitung}	t _{tabel}	sig
Constant	6,512		0,000
Penggunaan Sosial Media Informasi (X ₁)	2,706	1,983	0,008
Penggunaan Sosial Media Ekspresi (X ₂)	2,224		0,028
Penggunaan Sosial Media Relasi (X ₃)	2,203		0,030

T tabel $df = n - k - 1 = 105 - 4 - 1 = 1,983$
Data Mentah Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.676	2.407		6.512	.000
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi	.227	.084	.257	2.706	.008
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Eksspresi	.196	.088	.232	2.224	.028
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi	.212	.096	.209	2.203	.030

a. Dependent Variable: Partisipasi_Politik

8. Uji F

Model	Fhitung	Ftabel	Sig.
Regression	13.735	2,69	0,000

Data mentah Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.648	3	46.883	13.735	.000 ^b
	Residual	344.743	101	3.413		
Total		485.390	104			

a. Dependent Variable: Partisipasi_Politik

b. Predictors: (Constant), Penggunaan_Sosmed_Untuk_Relasi,

Penggunaan_Sosmed_Untuk_Informasi, Penggunaan_Sosmed_Untuk_Eksspresi

9. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefecient		Standardized Coefecient	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	15.676	2,407		0,000
Penggunaan Sosial Media Informasi (X ₁)	0,227	0,084	0,257	0,008
Penggunaan Sosial Media Ekspresi(X ₂)	0,196	0,088	0,232	0,028
Penggunaan Sosial Media Relasi (X ₃)	0,212	0,096	0,209	0,030

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	15.676	2.407		6.512	.000
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_ Informasi	.227	.084	.257	2.706	.008
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_ Ekspresi	.196	.088	.232	2.224	.028
	Penggunaan_Sosmed_Untuk_ Relasi	.212	.096	.209	2.203	.030

a. Dependent Variable: Partisipasi_Politik

