

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia mengalami bonus demografi pada jumlah kalangan muda yang sangat besar. Potensi tersebut akan membuat Indonesia menjadi salah satu dari tujuh negara dengan pertumbuhan ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2030 karena populasi didominasi oleh pemuda sehingga akan menjaga produktivitas ekonomi Indonesia. Usia produktif diantara 15 – 64 tahun diperkirakan 70% dari populasi Indonesia (McKinsey Global Institute, 2012:5). Lalu dilihat dari sisi politik, peran pemuda terutama pemilih pemula sangat dibutuhkan dalam pemilu dan pemilihan kepala daerah.

Salah satu prinsip negara demokrasi adalah partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam pemilihan umum maupun pemilihan kepala daerah, dalam hal ini termasuk peranan pemuda¹ sebagai penerus dalam keberlangsungan demokrasi di Indonesia. Melalui demokrasi elektoral peranan pemuda menjadi pemilih yang potensial dalam meraup suara. Pemilih muda² adalah orang yang berumur 17 sampai 30 tahun merupakan 30% dari total Daftar Pemilih Tetap Pemilihan Umum Tahun 2014 (Rahmawati, 2014 ; Setiawati, 2014). Berdasarkan teori generasi yang dikenalkan pertama kali oleh Howe & Strauss (1991) orang yang berumur 17 sampai 30 tahun merupakan generasi Y atau generasi Milenial.

Di Indonesia, generasi milenial merupakan orang yang melalui kejatuhan rezim Soeharto, cenderung mencari perubahan, memperoleh informasi yang lebih baik, suka berpindah-pindah, cerdas dan selalu terhubung (Chen & Syailendra, 2014). Selain itu, generasi milenial adalah generasi yang mendominasi penggunaan teknologi informasi seperti *electronic mail*, pesan singkat, dan lahirnya media sosial yang diawali kemunculan *Bulletin Board System* diperkenalkan tahun 1978 (Shahreza, 2017). Dengan adanya perubahan teknologi tersebut maka berubah pula cara pemilih dalam berkomunikasi yang dipilah dari segi sosial, budaya dan politik.

¹ Berdasarkan UU No. 4 tahun 2009 tentang Kepemudaan menyebutkan pada pasal 1 ayat (1) umur pemuda berkisar 16 sampai 30 tahun, kemudian penelitian lanjutan tentang kepemudaan di Indonesia seperti (Perkumpulan Demos, 2014 ; Rahmawati, 2014 ; Setiawati, 2014).

² Pemilih muda termasuk dalam segmentasi pemilih potensial yang digarap oleh KPU, KPU Provinsi dan KPU Kab/Kota sehingga dituangkan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum No 8 tahun 2017 tentang Pendidikan Pemilih yang terdapat pada pasal 4 ayat (1) huruf (a) nomor (3)

Seiring berputarnya waktu, demokrasi menyesuaikan dengan kemajuan teknologi pada masanya untuk menyampaikan pesan politik kepada audien. Dengan adanya kemajuan teknologi membawa pengaruh pada aspek politik yaitu komunikasi politik dan sosialisasi politik. Sebagai perantara, media berpengaruh pada perilaku seseorang atau masyarakat dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan politik. Oleh karena itu, dengan didukung oleh kemajuan teknologi informasi maka komunikasi dan sosialisasi politik bisa diadopsi dan diadaptasi sebagai perangkat pendukung (Andriadi, 2016:69).

Menurut Maswardi Rauf (1993) dalam (Andriadi, 2016:69) komunikasi politik merupakan kegiatan politik yang menyampaikan pesan-pesan politik oleh aktor-aktor politik kepada sekelompok manusia yang terlibat dalam kegiatan politik. Tentu saja komunikasi politik kepada sekelompok manusia tersebut berorientasi politik atau ideologi tertentu untuk memperoleh kekuasaan. Disamping itu, komunikasi politik secara luas bisa dilakukan orang-orang yang bukan bagian dari politisi, contohnya menghubungi para politisi untuk menyampaikan aspirasi politik, menulis atau mengikuti diskusi politik di media massa. Intinya kegiatan-kegiatan itu berupaya mengkomunikasikan pesan politik kepada khalayak luas (McNair, 2011).

Penerapan komunikasi politik salah satunya pada kegiatan kampanye dimana kampanye merupakan kegiatan persuasif yang memanfaatkan kekuatan komunikasi verbal dan non verbal yang berdampak pada politik, sosial dan ekonomi. Leslie B. Snyder menjelaskan kriteria kampanye dalam perspektif komunikasi adalah bersifat terorganisir dan terstruktur, penyampaian pesan secara langsung kepada khalayak, disampaikan dalam jangka waktu yang ditentukan dan ada target yang ingin dicapai Ruslan (1997) dalam (Andriadi, 2016:71-72). Kampanye politik diaplikasikan oleh aktor-aktor politik pada pemilihan umum dan/atau pemilihan kepala daerah sebagai pembentukan opini positif publik agar terpilih dalam demokrasi elektoral. Salah satu contoh politisi luar negeri sengaja mendandani wajahnya agar menarik perhatian publik, lalu berbicara dengan intonasi keras agar pendengar menjadi tersugesti apa yang diucapkan kemudian mendandani penampilannya agar menjadi perhatian khalayak, hal tersebut merupakan bentuk komunikasi non verbal. Dengan berputarnya waktu kampanye juga memanfaatkan teknologi komunikasi yang baru.

Pemanfaatan teknologi komunikasi digunakan oleh infrastruktur politik (partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, media, dan lain-lain) dalam sosialisasi politik. Hal ini ditegaskan oleh (Budiarjo, 2007:405-409) mengenai empat fungsi partai politik meliputi : (i) komunikasi politik, (ii) sosialisasi politik (*political socialization*), (iii) rekrutmen politik (*political recruitment*) dan pengatur konflik (*conflict management*). Sosialisasi politik merupakan proses yang dilalui seseorang dalam masyarakat tertentu untuk belajar mengenali sistem politiknya yang ditentukan oleh persepsi dan reaksi mereka terhadap fenomena politik Rush (1992) dalam (Budiarjo, 2007:407). Sistem politik tersebut mengatur mekanisme berbangsa dan bernegara.

Terkait dengan komunikasi dan sosialisasi Asshiddiqie (2006) dalam tulisannya Partai Politik dan Pemilihan Umum sebagai Instrumen Demokrasi menegaskan, sebagai sarana komunikasi politik, partai politik berperan dalam mengartikulasikan kepentingan. Sehingga kepentingan tersebut diserap menjadi ide-ide, visi dan kebijakan-kebijakan partai politik yang bersangkutan. Selain itu, partai politik juga berperan melakukan sosialisasi politik (*political socialization*). Ide, visi, dan kebijakan strategis yang menjadi pilihan partai politik dimasyarakatkan kepada konstituen untuk mendapatkan umpan balik berupa dukungan dari masyarakat luas. Dengan adanya sosialisasi politik maka masyarakat akan terdidik sehingga muncul kesadaran warga negara dalam berpolitik untuk mencapai tujuan negara.

Media atau sarana sosialisasi sangat berpengaruh pada perkembangan sosialisasi politik. Keterlibatan lembaga-lembaga sosial seperti keluarga, lembaga pendidikan, lembaga media massa, baik media cetak maupun media elektronik bertanggung jawab mengantarkan proses sosialisasi politik. Proses sosialisasi politik berlangsung dari lahir sampai akhir hayat yang diperoleh melalui jenjang pendidikan formal maupun informal secara sengaja atau tidak sengaja yang dialami melalui kontak dan dijalani dalam kehidupan sehari-hari, dimulai dari lingkup terkecil yakni keluarga dan tetangga bahkan dalam lingkup berbangsa dan bernegara, Richard E. Dawson dan Kenneth Prewit sebagaimana dikutip oleh Ramlan Surbakti dalam (Gatara & Said, 2007:78-80)

KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu dan pemilihan kepala daerah yang bersifat tetap, mandiri dan independen berkewajiban memberikan komunikasi dan

sosialisasi politik kepada pemilih. Tugas KPU didelegasikan ke KPU Provinsi dan KPU kab/Kota agar proses komunikasi dan sosialisasi politik tersebut berjalan efektif dan efisien. Salah satu segmen pemilih yang perlu perhatian khusus yaitu pemilih muda, yang mana pemilih ini dengan jumlah 30% dari DPT pada Pemilu 2014. KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota juga memanfaatkan berbagai macam media dalam menyebarkan informasi pemilu dan memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi yakni internet. Dengan koneksi internet dimana para pengguna bisa berinteraksi melalui pesan suara dan gambar serta terdistribusi dengan cepat. Penggunaan media baru (*new media*) tersebut melahirkan media sosial yang mempengaruhi kehidupan politik (McQuail, 2011; Cangara, 2016).

Disamping itu menurut data (APJII, 2017) pengguna internet berdasarkan usia 19 – 34 tahun sebesar 49,52% dari 143,26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Ini berarti pengguna internet mayoritas berasal dari kalangan muda dan pemilih muda yang melek internet dan *update* informasi secara *online*. Dari data APJII tersebut menyatakan bahwa 87,13% masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai gaya hidup, namun hanya 36,94% memanfaatkan internet dalam kegiatan sosial politik. Penelitian dari (We Are Social, 2018) menegaskan bahwa ada lima besar media sosial yang mayoritas digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram, dan Line.

Para analis media seringkali mengangkat persoalan, mengapa audien menggunakan media dan apa yang menyebabkan audien menggunakan media (McQuail, 2011). Pada dasarnya penggunaan media berlandaskan pada teori kegunaan dan kepuasan (*uses and gratification theory*) yang dikenalkan pertama kali oleh Herbert Blumler dan Elihu Katz (1974) dalam (Morissan, 2014). Dimana teori kegunaan dan kepuasan menyatakan bahwa pengguna media secara aktif dalam menentukan dan memanfaatkan media sesuai peranannya. Teori ini menilai bahwa pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi dan berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Pengguna media tidak dipandang sebagai orang yang pasif dalam menerima informasi yang disampaikan melainkan audien berlaku aktif dan selektif dan juga kritis terhadap informasi yang disampaikan (Morissan, 2014).

Ironinya, dikarenakan besarnya gelombang demokrasi digital sehingga membuat kaum muda tidak tertarik dan menutup diri dari kegiatan politik secara *offline*, Caldler dalam (Elsitra & Al Faris, 2016:33). Tingginya intensitas partisipasi politik pemuda secara *online* tidak diimbangi partisipasi secara *offline*. Kadangkala para pemuda membagi informasi politik secara *online* yang belum tentu kebenarannya alias *hoax*, sehingga membuat situasi politik kurang kondusif. Untuk itu perlu peranan para pemuda agar kritis dalam menerima informasi yang bertebaran di dunia maya dan tentu saja perlu cek dan ricek lagi kebenaran informasi tersebut.

Media sosial dimanfaatkan aktor politik dalam proses kampanye politik. Selain biaya yang murah media sosial digunakan dalam menjangkau pemilih muda dan memobilisasi massa (Andriadi, 2017:17). Media sosial menggunakan fasilitas internet dalam menyebarkan informasi secara cepat dan masif secara langsung dimanfaatkan oleh pasangan calon dalam pemilihan kepala daerah untuk berkampanye dan meraup suara.

Penggunaan media sosial dalam kampanye pemilu dan pemilihan di Indonesia dimulai pada pemilu legislatif, pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2009 dimana calon presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Megawati Soekarno Putri, Yusuf Kalla dan Prabowo Subianto menggunakan Facebook dan Twitter sebagai media kampanye di dunia maya (Holik, 2010:49). Namun penggunaan media sosial secara sangat terasa pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Pada pilgub tersebut kemenangan pasangan Jokowi – Ahok mengombinasikan penggunaan dunia maya dan juga aksi nyata di lapangan (Andriadi, 2017:17).

Kemudian penggunaan media sosial mulai masif pada Pemilihan Umum Legislatif dan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Pada pemilu legislatif tersebut masih ditemukan kampanye hitam, kampanye negatif dan kampanye positif. Ketiga kampanye tersebut tidak memiliki konsep pada sasaran yang tepat karena kampanye lebih terkesan monoton. Untuk itu kampanye menawarkan program kerja yang menarik dan sesuai dengan nalar politik pemilih. Norris dalam (Bambang, 2015:16-39) juga menyatakan bahwa kampanye politik adalah suatu proses komunikasi politik atau konstituen individu berusaha mengkomunikasikan ideologi atau program kerja yang mereka tawarkan.

Sementara itu penggunaan teknologi informasi dalam kampanye khususnya media sosial membuka ruang diskusi dan perdebatan. Kampanye dengan menggunakan teknologi informasi lebih efektif dan efisien dari pada media diluar ruang seperti spanduk, umbul-umbul, baliho. Karena pemilih tidak percaya dengan pesan yang disampaikan dalam alat peraga kampanye tersebut, tetapi lebih percaya dengan informasi yang berasal dari media sosial (Bambang, 2015:16-39). Untuk memperluas ruang diskusi publik, selain penggunaan media massa konvensional maka dalam pemilihan kepala daerah juga digunakan media sosial mempengaruhi pemilih muda.

Unsur penting dalam demokrasi adalah kebebasan berpendapat dan kebebasan pers (*freedom of expression dan freedom of press*) termasuk didalamnya kebebasan untuk memperoleh informasi. Semakin baiknya peran serta masyarakat dalam memahami informasi politik maka akan muncul partisipasi masyarakat dalam pemilu atau pemilihan kepala daerah. Dalam konteks yang luas informasi politik adalah pengetahuan individu mengenai politik. Ia merupakan ukuran yang objektif, bukan subjektif, dari keterlibatan politik Burns, Scholozman dan Verba, dalam (Mujani, 2007:196). Informasi politik, pengetahuan politik, sebagaimana yang disebut Zaller sebagai variabel “keterlibatan kognitif”, diyakini sebagai variabel penting yang mempengaruhi keterhubungan seorang individu dengan proses politik, Zaller dalam (Mujani, 2007:196).

Menurut (Carpini & Keeter, 1996) mendefenisikan pengetahuan politik sebagai suatu rangkaian informasi politik yang aktual yang diingat dalam jangka waktu yang lama melalui ingatan. Pengetahuan politik dapat dipecah menjadi tiga jenis: pengetahuan tentang lembaga dan proses politik (misalnya, yang bertanggung jawab atas pencalonan pemilihan umum, dan lain-lain), Masalah dan peristiwa substantif (misalnya, pemotongan anggaran, tingkat pengangguran, legalisasi ganja, dan lain-lain), dan aktor politik, baik individu maupun organisasi (misalnya, nama politisi, posisi kandidat, lokasi ideologis partai, partai dengan kursi terbanyak di DPR, dan lain-lain)

Namun peranan media akhir-akhir ini dalam menyampaikan informasi belum sesuai yang diharapkan. Ini terlihat berita-berita negatif terkait dengan politik dan pemerintahan sehingga membuat para pemuda apatis dengan politik. Untuk itu perlu literasi media terhadap pemilih muda melalui pendidikan politik. Pendidikan politik

hendaknya dimulai dari lingkungan keluarga sehingga meningkatkan pengetahuan dan ketertarikan politik dikalangan generasi muda sehingga berpengaruh pada peningkatan partisipasi pemilih muda. Orang tua dapat memberikan contoh ketika mereka memberikan hak suara di TPS sehingga kalangan muda bisa belajar sosialisasi politik melalui orang tuanya secara implisit dan eksplisit, dari sana mereka belajar memiliki orientasi dan perilaku politik. Pengembangan sosialisasi politik bisa didapat melalui diskusi, pelatihan pengkaderan kepemimpinan dan sebagai peserta dalam forum pertemuan (Pacheco, 2008). Dengan demikian pemilih muda belajar mengenal nilai-nilai berbangsa dan bernegara. Hasil akhirnya diharapkan akan menimbulkan kesadaran masyarakat untuk terlibat secara politik dikehidupan berbangsa dan bernegara.

Salah satu keterlibatan politik bagi pemilih muda dalam pemerintahan adalah berpartisipasi politik melalui pemilihan umum untuk memilih pejabat publik pemerintahan. Sebagaimana dijelaskan oleh Verba (1995) mengenai definisi partisipasi politik yaitu *“behavior that could affect government action – either directly by influencing the public policies that are implemented or indirectly by influencing the elections of political actors creating those policies”* dikutip dari (Rahmawati, 2014). Secara literasi dapat diterjemahkan partisipasi politik yaitu perilaku yang dapat mempengaruhi tindakan pemerintah – baik secara langsung dengan mempengaruhi implementasi kebijakan publik atau secara tidak langsung mempengaruhi pemilihan aktor politik yang membuat kebijakan publik itu.

Menurut Gabriel Almond, memberikan suara dalam pemilu merupakan partisipasi politik konvensional. Selain itu, ikut serta dalam diskusi politik, ikut kegiatan kampanye, membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan, melakukan komunikasi individual dengan pejabat politik dan administrasi bentuk lain partisipasi politik konvensional dalam demokrasi modern. Seiring globalisasi, partisipasi politik juga mengalami perluasan seiring era digital yakni ada partisipasi politik *offline* dan partisipasi politik *online*.

Menurut (Hong & Lin, 2017:51-52) partisipasi politik *offline* mengacu pada penggunaan non-internet yang terlibat dalam kegiatan politik, seperti menghadiri pengarahan politik atau menjadi sukarelawan untuk membantu partai politik tertentu. Sedangkan partisipasi politik *online* kegiatan politik di Internet, seperti menulis

tentang pemilihan atau hal-hal yang berkaitan dengan pemilihan di halaman Facebook atau mengambil bagian dalam forum *online* untuk membahas masalah-masalah politik yang berkaitan dengan pemilihan.

Penyelenggaraan pemilihan kepala daerah memperluas peran masyarakat dalam berpartisipasi, tidak hanya dunia nyata namun di dunia maya. Sebagaimana dijelaskan oleh (Saco, 2002), semakin “lebarnya” ruang partisipasi politik dalam konsep demokrasi digital paralel dengan semakin “lebarnya” saluran partisipasi politik dalam sistem pemilihan kepala daerah secara langsung. Saluran baru yang dimaksud adalah ruang maya sebagai bentuk partisipasi masyarakat di daerah dalam pemilihan kepala daerah. Dalam ruang maya mereka dapat mengekspresikan aspirasi, dukungan, dan preferensi politiknya, salah satunya media sosial.

Setelah era reformasi penyelenggaraan pemilihan kepala daerah sudah dilakukan semenjak tahun 2005. Pada tahun 2018, pemilihan kepala daerah memasuki gelombang ke tiga untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota. Pada 27 Juni 2018 lalu, Kota Padang beserta 3 daerah lain di Sumatera Barat yakni Kota Sawahlunto, Kota Padang Panjang dan Kota Pariaman memilih Walikota dan Wakil Walikota di daerahnya masing-masing.

Penyelenggaraan pemilihan walikota dan wakil walikota Padang telah sukses dilaksanakan, namun tingkat partisipasi pemilih salah satu Kota Pendidikan di Sumatera Barat ini belum optimal. Kota Padang meraih tingkat partisipasi pemilih terendah pada pemilihan kepala daerah secara serentak gelombang ke tiga tahun 2018, diantara tiga kota lainnya di provinsi Sumatera Barat. Partisipasi pemilih di ketiga kota tersebut antara lain : Kota Sawahlunto dengan partisipasi pemilih sebesar 77,82%, Kota Padang Panjang meraih partisipasi pemilih 71,32% dan Kota Pariaman dengan capaian partisipasi pemilih 74,9% sedangkan Kota Padang dengan tingkat partisipasi pemilih 63,76%.

Penyebab rendahnya partisipasi pemilih dalam pemilu dan pilkada, sebagaimana penulis rumuskan dalam literatur (Sasmita,2011:221 ; Setiawati,2014:122 ; Cangara, 2016:226) yaitu belum optimalnya pendidikan politik, masih banyaknya manipulasi dan politik uang, kurangnya komitmen pemberantasan korupsi, masih adanya masalah teknis dan administratif data pemilih, belum optimalnya sosialisasi yang

dilakukan penyelenggara pemilu, ketidakpercayaan pada partai politik dan kandidat yang ada, dan sistem kampanye diambil alih oleh KPU sehingga terlihat kurang meriah.³ Beranjak dari masalah tersebut penulis akan membahas permasalahan sosialisasi sebagai sarana dalam menyampaikan informasi kepada pemilih muda dengan salah satunya menggunakan media sosial.

Survey pendahuluan yang penulis lakukan setelah pemberian suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS) pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tanggal 27 Juni 2018 lalu. Penulis mewawancarai sembilan pemilih muda, lima diantara mereka belum mempelajari visi dan misi pasangan calon, tidak menyaksikan debat pasangan calon secara *online* maupun *offline*. Kemudian empat diantara mereka terlibat dalam kampanye salah satu pasangan calon walikota dan wakil walikota Padang dan telah menjalani pendidikan pemilih yang dilakukan oleh KPU Kota Padang. Disamping itu pemilih muda lebih terfokus mencari informasi secara *online* melalui media sosial.

Disaat melakukan survey penulis juga menemukan pemilih pemula, ketika ditanya mereka belum tahu mengenai tata cara mencoblos dan informasi pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Padang. Menjadi sangat wajar jika pemilih pemula belum tahu tata cara pemilihan kepala daerah, namun dikalangan pemilih muda mereka belum tahu hari H pencoblosan, yang ditetapkan menjadi hari libur nasional. KPU Kota Padang telah melakukan sosialisasi dan pendidikan pemilih melalui organisasi masyarakat serta dikalangan pemilih pemula dan pemilih muda. Namun penulis menemukan ada masyarakat yang belum mendapatkan sosialisasi pemilihan kepala daerah.

Partisipasi politik *offline* masih sangat dibutuhkan dalam pemilihan kepala daerah, salah satunya dibutuhkan dialog antara calon kepala daerah dengan konstituennya. Dengan dialog akan diketahui kejujuran dan ketulusan pemimpin daerah nantinya (Asrinaldi, 2018). Dalam PKPU Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati,

³ Tulisan Siska Sasmita dalam jurnalnya menyatakan penyebab golput pemilih pemula pada pemilu/pilkada di Kota Padang, sedangkan Diah Setiawati dalam jurnalnya lebih mendorong Partisipasi Pemilih Muda Melalui Pendidikan Politik yang Programatik dengan melibatkan media, keluarga dan pendidikan politik bagi pemilih muda dalam menerima informasi pemilu dan pilkada. Sedangkan Hafied Cangara dalam bukunya berjudul Komunikasi Politik menambahkan rendahnya partisipasi pemilih dikaitkan dengan produksi media pada tahapan kampanye yang diambil alih KPU Kab/Kota setempat.

dan/atau Walikota dan Wakil Walikota, sudah mengakomodasi dengan metode pertemuan terbatas atau pertemuan tatap muka dan dialog, namun dari pengamatan penulis selama masa kampanye pemilihan wali kota dan Wakil Walikota Padang hanya satu pasangan calon walikota dan wakil walikota yang mendominasi pertemuan dengan warga tersebut dan belum melibatkan aspirasi kalangan pemilih muda dalam melakukan kampanye. Hal ini terlihat masih minimnya konten-konten kreatif dalam mengajak pemilih muda berkampanye, sehingga pemilihan kepala daerah kurang semarak.

Sebagai lembaga independen KPU Kota Padang melakukan sosialisasi politik ke seluruh lapisan masyarakat khususnya pemilih pemula dan pemilih muda. Adapun kegiatan sosialisasi politik yaitu sosialisasi kepemiluan ke SMA/SMK/MA kepada kalangan pemilih pemula, mensimulasikan pemilihan OSIS di SMA/SMK/MA, mengadakan jambore demokrasi pelajar pada kalangan pemilih pemula, selain itu KPU Kota Padang menggaet kalangan mahasiswa menjadi relawan demokrasi, keterlibatan kalangan muda menjadi anggota KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara). Selain pertemuan dialogis KPU Kota Padang menyampaikan informasi melalui media *online* seperti website KPU Kota Padang beralamat *kota-padang.kpu.go.id*, kemudian penyampaian informasi lewat Facebook dengan nama akun “Kpu Kota Padang”, kemudian KPU Kota Padang menggunakan Instagram dengan alamat “kpu_kota_padang”, lalu media sosial Twitter beralamat “KPU_Kota_Padang” dan aplikasi “SiPadlih” turut berperan dalam menyebarkan informasi pemilihan walikota dan wakil walikota Padang Tahun 2018. Terbatasnya waktu tahapan pemilihan membuat KPU Kota Padang belum menjangkau kalangan muda dalam memberikan sosialisasi. Untuk itu perlu peranan kalangan muda berpartisipasi aktif dalam kegiatan politik khususnya kepemiluan.

Menurut data BPS luas wilayah kota Padang berkisar 694,93 km² dengan penduduk berjumlah 927.168 jiwa (tahun 2017) yang tersebar di sebelas kecamatan dan merupakan jumlah penduduk terpadat se-Sumatera Barat. Berdasarkan DPT (Daftar Pemilih Tetap) masyarakat yang mempunyai hak pilih berjumlah 535.265 orang, yang terdiri dari 261.767 pemilih laki-laki dan 273.468 pemilih perempuan. Dari jumlah tersebut jumlah pemilih muda yang berumur 17 – 30 tahun sebesar 177.648 pemilih, pemilih laki-laki berjumlah 90.033 orang dan pemilih perempuan

berjumlah 87.315 orang. Jadi persentase pemilih muda yang berumur 17 – 30 tahun sekitar 33,18%.

Begitu luasnya wilayah Kota Padang tersebut dalam menyebarkan informasi visi, misi, dan program pada tahapan kampanye diperlukan perencanaan komunikasi untuk memproses berbagai alternatif yang tersedia dalam mencapai tujuan komunikasi. Salah satu perencanaan dalam mengkomunikasikan kampanye adalah pemilihan media yang cocok untuk menyebarkan informasi visi, misi, dan program pasangan calon dalam pemilihan kepala daerah. Sebuah ironi yang terjadi pada pemilihan kepala daerah sebagaimana yang dinyatakan oleh (Haris, 2014) bahwa fungsi pendidikan politik bagi masyarakat hampir tidak pernah disentuh dan menjadi agenda partai-partai politik. Sebaliknya, partai-partai politik kita cenderung bersembunyi dibalik baju yang bersifat ideologis, dibelakang karisma pribadi para elitnya, serta dibalik isu-isu besar yang tak pernah diterjemahkan kontekstual-operasional. Sebagai akibatnya, kompetisi partai-partai cenderung bersifat fisik (melalui kemampuan pengerahan massa, mobilisasi simbol-simbol-simbol dan sejenisnya) ketimbang kompetisi atas dasar keunggulan visi, platform dan program politik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, penelitian ini berasumsi bahwa media sosial telah dipergunakan dalam aktivitas politik. Media sosial sebagai wadah dalam menyampaikan informasi dimana terdapat informasi politik didalamnya sehingga menimbulkan ruang diskusi dan partisipasi aktif dari seluruh lapisan masyarakat. Dengan adanya media sosial maka memperluas konsep partisipasi yakni secara *offline* dan *online*. Untuk itu diperlukan keseimbangan partisipasi di dunia maya maupun dunia nyata.

Penelitian yang berkaitan media terhadap pengetahuan politik dan partisipasi politik pemilih muda di Indonesia sudah dilakukan oleh (Perkumpulan Demos, 2014 ; Rahmawati, 2014 ; Chen & Syailendra, 2014 ; Abadi & Oktaviana P, 2016) namun sangat jarang sekali meneliti pengaruh media sosial terhadap pemilihan kepala daerah terhadap partisipasi pemilih dalam konteks lokal di Sumatera Barat dan Kota Padang khususnya. Seiring berkembangnya teknologi, penggunaan media sosial juga mengubah perilaku pemilih muda terhadap penggunaan media sosial yang dipakai

saat ini. Misalnya penelitian (Perkumpulan Demos, 2014 ; Abadi & Oktaviana P, 2016) hanya meneliti penggunaan internet dan media tradisional secara umum saja. Sedangkan (Rahmawati, 2014) dalam penelitiannya tidak menggambarkan bentuk partisipasi *online* dan *offline* terhadap pemilih muda.

Menurut data (APJII, 2017) mayoritas pengguna internet menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan dan mayoritas pengguna pada kalangan muda. Jumlah pemilih muda sangat signifikan pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018, sekitar 33%. Jumlah ini tentunya bisa dimobilisasi dalam aktivitas politik khususnya pemilu dan pilkada. Sangat dibutuhkan keterlibatan kalangan muda dalam kegiatan-kegiatan kepemiluan secara *offline*. Disamping itu, belum cukupnya pengetahuan pemilih muda dalam informasi sistem politik lokal khususnya mengenai informasi kepemiluan. Diperlukan peranan semua pihak dalam membahas visi, misi dan program kerja pasangan calon walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018. Begitu luasnya wilayah dan banyaknya pemilih, informasi mengenai tata cara dan sosialisasi kepemiluan belum merata didapatkan oleh pemilih muda di Kota Padang.

Terkait dengan pengetahuan politik pemilih muda di Indonesia yang diungkapkan oleh (Prihatini, 2018) menyatakan bahwa kalangan pemilih muda belum memiliki pengetahuan yang cukup terkait politik. Sangat berbeda sekali apa yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2014) bahwa pemilih muda memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kepemiluan. Selain itu dalam konteks media sosial terhadap pengetahuan politik yang diteliti oleh (Conroy, Feezell, & Guerrero, 2012) Hasil temuan penelitian ini yaitu meningkatnya keanggotaan grup politik secara *online* juga meningkatkan partisipasi politik secara *offline* tapi tidak meningkatkan tingkat pengetahuan dikalangan pemuda.

Disamping itu perlunya diskusi dengan yang intensif mengenai politik juga ditekankan oleh (Hong & Lin, 2017) yang menyatakan pemilih muda lebih sering mendiskusikan masalah pemilu dengan anggota keluarga dan teman sebaya yang membuat mereka lebih termotivasi untuk berpartisipasi secara *offline*. Oleh karena itu, dekatnya pemuda dengan teknologi seharusnya membuat pemuda lebih kritis terhadap informasi politik yang menyebar begitu cepat. Sehingga bisa mengawasi kebijakan pemerintah yang tidak sesuai dengan aspirasi masyarakat.

Untuk itu pentingnya penelitian pengaruh media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi politik untuk keilmuan adalah akan memberikan kontribusi terhadap pendalaman kajian partisipasi pemilih muda dalam pemilihan kepala daerah khususnya pemilihan walikota dan wakil walikota Padang. Selain dari itu kajian ini akan memberikan gambaran penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda di Kota Padang. Sedangkan secara praktis, ingin mewujudkan penyelenggaraan pemilu atau pemilihan kepala daerah yang akuntabel melalui penggunaan media yang efektif dan efisien kepada pemilih muda. Harapan terakhirnya tentu memberikan kontribusi penelitian lanjutan dalam kajian media dan partisipasi pemilih.

Penelitian ini menggunakan metode survey terhadap media sosial yang digunakan dan interaksi dengan orang-orang terdekat. Hasil yang ingin dicapai adalah untuk mengungkapkan pengaruh media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018. Untuk menjawab penelitian ini maka timbul pertanyaan penelitian yaitu :

1. Apa pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?
2. Apa pengaruh pengetahuan politik terhadap partisipasi *offline* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?
3. Apa pengaruh pengetahuan politik terhadap partisipasi *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?
4. Apa pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi *offline* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?
5. Apa pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?
6. Bagaimana hubungan model penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik, partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018
2. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda pada pemilihan walikota dan wakil walikota Padang tahun 2018

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan kepada tujuan penelitian yang hendak diwujudkan oleh peneliti maka diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap banyak bidang penelitian berikutnya. Secara rinci, Peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini memberikan beberapa manfaat, antara lain :

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Dalam literatur yang penulis baca, banyak kajian yang membahas penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi politik dalam pemilihan umum. Namun dalam penelitian ini penulis memfokuskan penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi *offline* dan *online* pemilih muda khususnya dalam pemilihan walikota dan wakil walikota di Kota Padang
- b. Selain dari itu penulis ingin menambah penjelasan yang terkait penggunaan media sosial terhadap pengetahuan dan partisipasi pemilih muda.

1.4.2 Manfaat Empiris

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mewujudkan pemilu atau pemilihan kepala daerah yang efektif, efisien dan akuntabel terhadap penggunaan media kepada pemilih muda.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi penyelenggara pemilu melalui pemilihan media yang tepat untuk peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah.