

## PENGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP PREFERENSI POLITIK PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024 DI KECAMATAN TAMBUN SELATAN

**Dita Amelia**

(Universitas Negeri Surabaya, Indonesia) [ditaa.works@gmail.com](mailto:ditaa.works@gmail.com)

**Maya Mustika Kartika Sari**

(Universitas Negeri Surabaya, Indonesia) [mayamustika@unesa.ac.id](mailto:mayamustika@unesa.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi politik pemilih pemula terkait pemanfaatan Instagram dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kecamatan Tambun Selatan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh intensitas penggunaan Instagram, frekuensi akses yang konsisten, serta keragaman konten terhadap kecenderungan pemilih untuk menentukan pilihan atau abstain. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif melalui survei terhadap 100 responden pemilih pemula dengan usia 17-25 tahun di Kecamatan Tambun Selatan. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online*, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 yakni adanya keterlibatan yang tinggi pada kalangan pemilih pemula, karena mereka menyumbang sebanyak 55% dari total pemilih terdaftar, melebihi separuh jumlah keseluruhan daftar pemilih tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi politik responden terbagi secara seimbang, dengan 50% responden cenderung menggunakan hak pilihnya, sementara 50% lainnya memilih untuk tidak berpartisipasi pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. Variasi konten di Instagram terbukti menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan politik pemilih, di mana 76% responden yang menggunakan Instagram tetap pada pilihan awal mereka, sementara 24% mengubah pilihan setelah terpapar konten politik. Selain itu, 86% dari pemilih yang awalnya tidak berniat memberikan suara akhirnya memutuskan untuk berpartisipasi setelah terpapar konten di Instagram. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Instagram berperan dalam memfasilitasi pembentukan dan perubahan preferensi politik di kalangan pemilih pemula, menjadikannya platform yang efektif bagi calon dan partai politik untuk menjangkau pemilih muda di era digital.

**Kata kunci:** Instagram, Preferensi Politik, Pemilih Pemula, Pemilu Presiden 2024, Teori *Voting Behavior*.

### Abstract

*This study aims to analyze the political preferences of novice voters related to the use of Instagram in the 2024 Presidential Election in South Tambun District. This research focuses on the influence of Instagram usage intensity, consistent access frequency, and content diversity on the tendency of voters to make choices or abstain. This research uses a descriptive quantitative method through a survey of 100 respondents of novice voters aged 17-25 years in South Tambun Subdistrict. The data in the study were collected through an online questionnaire and then analyzed using descriptive analysis techniques. This research was conducted based on the phenomenon that occurred in the 2024 Presidential Election, namely the high involvement of novice voters, because they accounted for 55% of the total registered voters, exceeding half of the total number of permanent voter lists. The results showed that respondents' political preferences were evenly split, with 50% of respondents tending to exercise their right to vote, while the other 50% chose not to participate in the 2024 Presidential Election. The variety of content on Instagram proved to be a major factor that could influence voters' political decisions, with 76% of respondents using Instagram sticking to their initial choice, while 24% changed their choice after being exposed to political content. In addition, 86% of voters who initially did not intend to vote eventually decided to participate after being exposed to content on Instagram. The conclusion of this study is that Instagram plays a role in facilitating the formation and change of political preferences among first-time voters, making it an effective platform for candidates and political parties to reach young voters in the digital age.*

**Keywords:** Instagram, Political preferences, Young voters, 2024 Presidential election, Voting behavior theory

### PENDAHULUAN

Sebagai negara yang menganut paham demokrasi, Indonesia sudah tidak asing lagi dengan Pemilihan Umum (Pemilu), khususnya dalam pemilihan presiden dan wakil presiden. Pemilu mulai diselenggarakan pada tahun 1955 dan terus berlangsung secara aktif hingga sekarang. Keberlangsungan Pemilu yang dilaksanakan tiap 5 tahun sekali menjadi pesta yang dirayakan bagi hampir seluruh

lapisan masyarakat Indonesia. Kampanye dari masing-masing calon juga merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi preferensi memilih pemilih pemula. Di tengah persaingan yang semakin sengit, para calon Presiden bersaing untuk mendapatkan dukungan luas dari masyarakat Indonesia dengan menawarkan visi dan rencana aksi yang berbeda. Pada ajang pemilihan presiden (Pilpres) media menjadi salah satu panggung utama di

mana kampanye politik diselenggarakan dengan tujuan mempercepat penyebaran pesan dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap calon presiden.

Fungsi media sebagai alat kampanye politik semakin terlihat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya di bidang teknologi informasi berbasis internet. Hal tersebut yang menjadikan media sebagai saluran komunikasi pokok bahkan telah menjadi kebutuhan masyarakat *modern*. Munculnya media sosial telah merombak cara kerja pemerintahan dan birokrasi global. Di Indonesia, istilah 'politik digital' kini semakin populer, terutama di kalangan pemilih muda. Transformasi digital telah membawa perubahan radikal dalam komunikasi politik. Media sosial, sebagai anak kandung era digital, telah mengubah cara kampanye politik dirancang dan dilaksanakan. Dari kampanye berbasis massa yang konvensional, politik kini bergeser ke ranah digital, di mana setiap individu dengan akses internet dapat menjadi agen perubahan. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga menjadi arena debat publik yang dinamis.

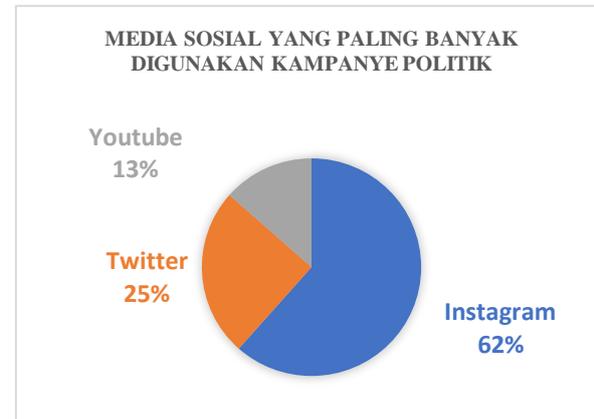
Menurut Indrawan (2023: 173), kehadiran media baru merupakan bagian tiga generasi dari komunikasi politik, seperti, yang menamakannya "*third age of political communication*". Menurut mereka, seiring dengan semakin populernya internet, media cetak dan siaran telah kehilangan posisinya sebagai sumber informasi politik utama. Masyarakat kini lebih aktif mencari berita dan informasi politik secara mandiri melalui internet. Media sosial, dengan sifat interaktifnya, memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga ikut berpartisipasi dalam diskusi politik. Perubahan ini telah menandai tiga fase dalam evolusi komunikasi politik, yaitu era retorika politik yang menekankan kemampuan berbicara, era dominasi media massa, dan era media baru yang ditandai oleh munculnya media sosial dan internet. (Indrawan, 2023: 174).

Dalam era digital yang dinamis, membangun citra yang kuat melalui media sosial membutuhkan lebih dari sekadar kehadiran online. Komunikasi yang konsisten, relevan, dan terus berkembang seiring dengan perubahan tren masyarakat menjadi faktor penentu keberhasilan. Khususnya bagi para politisi, tantangannya semakin besar karena mereka harus secara aktif mengelola ekspektasi publik dan menunjukkan keaslian diri melalui platform-platform sosial media (Vemeer & Heijkant, 2023: 15-16). Selain itu, media sosial telah mengubah cara kita membangun citra diri. Dengan jangkauan global yang luas, platform ini memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia. Selain itu, kemudahan penggunaan dan biaya yang terjangkau membuat media sosial menjadi alat yang sangat populer. Internet yang bersifat "banyak ke banyak" (*many*

*to many*) merupakan kekuatan besar untuk menyebarkan segala bentuk informasi ke banyak penerima (*receiver*) (Indrawan, 2023: 174).

Penggunaan media sosial sangat dimanfaatkan dengan baik oleh tim sukses masing-masing calon, dibuktikan dengan gambar 1 yang menyajikan informasi media sosial yang paling banyak digunakan sebagai kampanye politik pada Pilpres tahun 2024.

Gambar 1  
Media Sosial yang paling banyak digunakan untuk Politik  
Sumber: Media Kompas (2024)



Penggunaan Instagram sebagai media kampanye baru erat kaitannya dengan karakteristik pemilih pada Pilpres 2024. Instagram telah menjadi jembatan bagi generasi muda, terutama milenial dan Gen Z, untuk terkoneksi dengan siapa saja di mana saja. Selain itu, platform ini juga menjadi sumber informasi politik yang mereka andalkan. Seperti yang diteliti Amala dan Riyantini, masyarakat modern, khususnya generasi muda, lebih memilih media online karena kemudahan dan kecepatan aksesnya. Meskipun ada platform lain seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, Instagram tetap menjadi favorit bagi generasi milenial dalam berdiskusi tentang isu-isu politik (Aprianti dkk., 2021: 50).

Dilansir dari data Jawa Barat, pemilih pemula memiliki peran sangat penting dalam Pilpres 2024 karena mereka menyumbang sebanyak 55% dari total pemilih terdaftar, melebihi separuh jumlah keseluruhan DPT ([opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id)). Dalam suatu pemilihan umum terdapat pemilih yang memiliki hak untuk memilih calon pemimpin dalam suatu negara.

"Pasal 19 ayat 1 dan 2 UU No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilu menyebutkan bahwa: "Pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga Negara Indonesia yang terdaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin."

Amala & Riyantini (2021) juga memaparkan pemilih pemula merujuk pada warga negara Indonesia yang baru saja memenuhi syarat untuk memilih dan belum pernah ikut pemilu sebelumnya. Kelompok ini umumnya terdiri dari pelajar SMA, mahasiswa baru, dan pemuda lainnya yang belum berusia 17 tahun pada pemilu sebelumnya.

Mereka adalah generasi muda yang memiliki peran penting dalam menentukan arah kepemimpinan bangsa (Aprianti dkk., 2021: 50).

Dilansir dari situs resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) jumlah pemilih yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih yang tersebar pada berbagai wilayah di seluruh Indonesia kemudian sebesar 25 juta adalah pemilih pemula dengan usia 17-25 tahun (kpu.go.id). Kecamatan Tambun Selatan dipilih menjadi fokus wilayah pada penelitian kali ini karena memiliki jumlah DPT sebanyak 332.525 jiwa dengan jumlah pemilih pemula sebanyak 97.210 (usia 17-25 tahun). Dengan besarnya jumlah tersebut kemudian menjadikan Kecamatan Tambun Selatan sebagai kecamatan dengan DPT terbanyak ke-3 di Provinsi Jawa Barat. Hasil tersebut menjadikan Kecamatan Tambun Selatan sebagai wilayah yang diperebutkan secara sengit oleh paslon presiden dan wakil presiden pada setiap perhelatan Pilpres, tidak terkecuali pada Pilpres 2024.

Berdasarkan fakta lapangan mengenai penggunaan Instagram sebagai media baru dalam penyebaran informasi politik pasangan calon presiden dan wakil presiden pada Pilpres 2024 serta keterlibatan penting pemilih pemula dalam Pilpres 2024 di Kecamatan Tambun Selatan, kemudian diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penggunaan Instagram dalam mempengaruhi tindakan politik pemilih, fenomena ini menjadi masalah yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Sebagai tambahan, Kecamatan Tambun Selatan memiliki jumlah pemilih pemula yang banyak, sehingga dapat memberikan data untuk mengevaluasi bagaimana penggunaan Instagram dalam menentukan preferensi politik pemilih pemula. Adanya kemudahan dalam mengakses data serta kerja sama yang lancar dengan pihak terkait di Kecamatan Tambun Selatan juga menjadi faktor penting dalam memilih wilayah ini sebagai lokasi penelitian.

Selain itu, alasan peneliti mengambil judul penelitian yakni Penggunaan Instagram Terhadap Preferensi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kecamatan Tambun Selatan, karena berdasarkan penelitian terdahulu tidak ada yang secara khusus meneliti dengan fokus pada Pilpres 2024. Rata-rata peneliti melakukan penelitian pada pemilihan presiden (Pilpres) periode sebelumnya yakni tahun 2019. Seiring berkembangnya teknologi dan sarana komunikasi, cara kampanye para pasangan calon juga mengalami perubahan. Terdapat fenomena baru pada pemilihan presiden (Pilpres) tahun 2024 yakni generasi muda mendominasi sebagai pemilih dalam pesta demokrasi. Generasi muda yang aktif berpartisipasi dalam Pemilu

membawa harapan baru dan potensi besar untuk melahirkan ide-ide segar dalam dunia politik.. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pembaharuan penelitian berdasarkan studi pada pemilihan presiden (Pilpres) tahun 2024 dengan berfokus pada daerah Kecamatan Tambun Selatan yang terletak pada Kabupaten Bekasi dengan menggunakan pendekatan psikologis dalam studi perilaku politik pada teori *voting behavior* (Kavanagh, Dennis), khususnya yang berkembang dari Mazhab Michigan, menekankan bahwa perilaku pemilih dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, seperti identifikasi partai dan persepsi terhadap kandidat dan isu-isu politik. Konsep "*Funnel of Causality*" menggambarkan bagaimana berbagai faktor, mulai dari latar belakang sosial hingga informasi kampanye, mempengaruhi preferensi politik pemilih secara bertahap dalam proses yang mirip dengan penyaringan melalui cerobong.

Penelitian ini secara khusus membahas bagaimana preferensi politik pemilih pemula pada Pilpres 2024 di Kecamatan Tambun Selatan setelah menggunakan Instagram. Instagram sebagai platform media sosial berperan dalam menyebarkan informasi politik, yang dapat mempengaruhi persepsi pemilih pemula terhadap kandidat dan isu-isu politik. Hal ini sejalan dengan tahapan dalam "*Funnel of Causality*" dimana kampanye dan media massa berada pada tahap akhir yang paling dekat dengan perilaku pemilih. Pemilih pemula, yang sering kali masih dalam proses pembentukan identitas politik, mungkin dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi di Instagram, termasuk bagaimana partai politik dan kandidat dipresentasikan. Identifikasi partai yang berkembang dari eksposur yang konsisten terhadap konten tertentu di Instagram bisa menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan pilihan politik mereka. Oleh karena itu, pendekatan psikologis ini dapat membantu dalam menjelaskan bagaimana penggunaan Instagram dapat mempengaruhi preferensi politik pemilih pemula.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan desain penelitian *survey*. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013) adalah penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk mempelajari suatu populasi atau sampel tertentu, instrumen penelitian digunakan dengan tujuan pengumpulan data penelitian, dan dilakukan analisis data statistik yang bertujuan untuk menyusun data mentah menjadi bentuk yang lebih terstruktur, seperti tabel, grafik, atau diagram, sehingga mudah dipahami.

Dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian, peneliti memilih pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini

melibatkan proses mengidentifikasi dan mengukur variabel-variabel yang dapat memberikan data numerik untuk dianalisis.

“Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah faktor-faktor yang dipilih dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Kemudian dalam penelitian ini telah ditentukan bahwa terdapat 2 variabel yaitu penggunaan Instagram sebagai variabel X yang kemudian sering disebut sebagai variabel bebas. Selanjutnya terdapat preferensi politik pemilih pemula sebagai variabel Y, sering disebut sebagai variabel terikat.

Lokasi penelitian ini bertempat di Kecamatan Tambun Selatan, bagian dari Kabupaten Bekasi. Pemilihan Kecamatan Tambun Selatan sebagai lokasi pada penelitian ini dikarenakan belum ada penelitian yang secara spesifik memilih Kecamatan Tambun Selatan sebagai lokasi penelitian. Selain itu wilayah ini memiliki akses internet yang memadai, dapat dibuktikan dari data hasil *survey* BPS tahun 2023, sekitar 90% penduduk Kecamatan Tambun Selatan memiliki akses internet. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilih pemula di Kecamatan Tambun Selatan memiliki akses ke media sosial Instagram. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket secara *online* melalui *google* formulir. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari tahap pengajuan judul proposal hingga sidang skripsi. Dalam menempuh semua tahapan tersebut, waktu yang dibutuhkan adalah 6 bulan, terhitung dari bulan April 2024 sampai dengan Oktober 2024. Hal ini dilakukan agar mendapat hasil yang maksimal mulai dari pembuatan proposal penelitian, pelaksanaan penelitian, pengolahan data penelitian, verifikasi data, penulisan hasil penelitian, hingga tahap simpulan.

Populasi penelitian ini adalah pemilih pemula di Kecamatan Tambun Selatan yang menggunakan Instagram pada tahun 2024 dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini menggunakan *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Dengan memilih sampel yang relevan, peneliti dapat memperoleh data yang lebih berkualitas dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, *purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk secara khusus menjangkau kelompok-kelompok yang sulit diakses atau memiliki karakteristik unik, seperti minoritas atau

individu dengan pengalaman tertentu. Hasil akhir penelitian kriteria responden yang ditentukan oleh peneliti berupa merupakan pemilih pemula dengan rentang usia 17-25 tahun serta aktif menggunakan Instagram. Mengingat populasi yang tidak pasti, peneliti memilih rumus Lemeshow sebagai metode yang tepat untuk menentukan ukuran sampel yang ideal. Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh sampel sebesar 100 orang dari jumlah populasi untuk membantu jalannya penelitian.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebar ke responden. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dan menerapkan skala interval. Menurut Sugiyono (2019), skala interval digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat individu mengenai fenomena sosial yang terjadi.

Dengan menggunakan skala interval, setiap variabel yang akan diuji diuraikan menjadi indikator-indikator yang kemudian dijadikan acuan untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data kuesioner yang diperoleh dari jawaban responden di Kabupaten Bekasi, tanpa berusaha membuat kesimpulan yang bersifat umum (generalisasi). Data berupa skala yang diperoleh dari kategori yang terdiri dari pilihan sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Kategori tersebut akan diubah ke dalam data interval untuk kemudian dibagi kembali dalam 3 kategori yakni tinggi, cukup, serta rendah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Tambun Selatan, yang terletak di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, adalah salah satu dari 23 kecamatan dengan populasi terpadat di Jawa Barat. Kecamatan ini mengalami perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kepadatan penduduk, dan infrastruktur. Berlokasi di bagian timur wilayah Jabodetabek, Tambun Selatan berbatasan dengan Kota Bekasi di barat dan utara, serta kecamatan lain di Kabupaten Bekasi di timur dan selatan. Analisis deskriptif adalah proses pengumpulan, pengorganisasian, dan interpretasi data untuk memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai suatu permasalahan. Hasil analisis ini biasanya disajikan dalam bentuk visual seperti grafik atau tabel, serta ukuran-ukuran statistik seperti rata-rata dan standar deviasi. Dalam penelitian ini analisis deskriptif menggunakan tabel dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami mengenai data yang telah dikumpulkan. Pemilihan lokasi Tambun Selatan berdasarkan beberapa pertimbangan peneliti yang telah disampaikan pada bagian

pendahuluan, salah satu alasan utamanya adalah karena mudahnya akses informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 1 Jumlah Penduduk Menurut Desa di Kecamatan Tambun Selatan

No	Desa	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
			2018	2019	2020
1.	Jatimulya	5,67	67.501	68.054	73.401
2.	Lambang Sari	3,65	13.248	13.480	14.549
3.	Lambangjaya	2,56	7.577	7.761	9.365
4.	Tambun	2,98	23.170	23.558	24.982
5.	Setiadarma	1,61	15.826	15.972	16.160
6.	Setiamekar	5,67	53.359	53.435	58.524
7.	Mekarsari	2,08	35.830	36.233	37.121
8.	Tridayasakti	3,25	30.296	31.031	35.870
9.	Mangunjaya	3,51	66.619	66.495	73.919
10.	Sumberjaya	6,13	72.973	73.031	87.147

Sumber: Badan Pusat Statistika Kecamatan Tambun Selatan dalam Angka Tahun 2015-2020

Kecamatan Tambun Selatan secara umum terletak pada elevasi antara 10-11 meter di atas permukaan laut. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, luas wilayah Kecamatan Tambun Selatan mencapai 4.310 hektar. Kecamatan ini terdiri dari 9 desa dan 1 kelurahan, dengan tidak ada desa yang terletak di lembah, lereng, atau puncak. Kemiringan wilayah di setiap desa berada dalam kategori sedang, yaitu antara 15°-25°. Adapun desa-desa yang termasuk dalam Kecamatan Tambun Selatan adalah Desa Tridaya Sakti, Desa Lambangjaya, Desa Lambangsari, Desa Mangunjaya, Desa Mekarsari, Desa Setiadarma, Desa Setiamekar, Desa Sumberjaya, dan Desa Tambun, serta Kelurahan Jatimulya.

### Deskripsi Data Responden

Penelitian ini melibatkan pemilih pemula di Kecamatan Tambun Selatan yang aktif menggunakan Instagram menjadi fokus penelitian ini. Sebanyak 100 responden dipilih secara khusus berdasarkan kriteria tertentu (*purposive sampling*). Jumlah sampel ini ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan 5%. Data yang dikumpulkan mencakup demografi responden, seperti usia dan pekerjaan

Kriteria responden pada penelitian ini merupakan pemilih pemula yang aktif menggunakan Instagram, menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU) pemilih pemula merupakan memiliki usia berkisar antara 17-25 tahun. Dalam penelitian ini mendapat hasil bahwa terdapat variasi usia pada responden. Variasi tersebut diketahui berdasarkan hasil jawaban responden dalam kuesioner yang telah disebar. Dalam kategori usia responden terdapat 18 orang dengan rentang usia 17-19 tahun (18%), 67 orang dengan rentang usia 20-22 tahun (67%), 15 orang dengan rentang usia 23-25 tahun (15%). Dengan

demikian, rentang usia terbanyak responden yang merupakan pemilih pemula pada Pilpres Tahun 2024 di Kecamatan Tambun Selatan adalah 20-22 tahun yang merupakan bagian dari generasi Z yang disebut juga *igeneration* atau generasi internet.

Sebagai *digital native*, Generasi Z memiliki karakteristik unik, termasuk tingkat pendidikan tinggi dan kecakapan teknologi yang luar biasa. Kecintaan mereka pada hal-hal instan, seperti belanja *online*, mencerminkan ketergantungan mereka pada internet dan menjadikan mereka generasi yang sangat aktif di media sosial. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z di negara maju, seperti yang dijelaskan David Stillman dan John Stillman (2018), memiliki karakteristik unik seperti kecanduan digital, kebutuhan akan personalisasi yang tinggi, pandangan yang realistis, ketakutan akan kehilangan kesempatan, kesadaran akan ekonomi, semangat mandiri, dan dorongan untuk selalu maju.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian terkait pekerjaan responden menunjukkan hasil bahwa ada variasi pekerjaan dari responden di mana terdapat 67 orang yang berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa (67%), 29 orang berprofesi sebagai karyawan swasta (29%), 3 orang berprofesi sebagai ibu rumah tangga (3%), serta 1 orang memilih menjawab lainnya (1%). Berdasarkan hasil tersebut, pekerjaan terbanyak responden yang merupakan pemilih pemula pada Pilpres Tahun 2024 di Kecamatan Tambun Selatan adalah berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa.

### Penggunaan Instagram

Penelitian ini berfokus pada tingkat penggunaan fitur-fitur Instagram dalam konteks interaksi politik di media sosial. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian. (KBBI, 2002:852). Penggunaan di sini merujuk pada aktivitas memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk berpartisipasi dalam diskusi, kampanye, atau kegiatan politik lainnya di dunia maya. Penggunaan Instagram diklasifikasikan menjadi 3 kategori utama, yaitu tinggi, cukup, serta rendah.

Dalam hal ini, tingkat penggunaan Instagram yang tinggi ditafsirkan bahwa pemilih pemula yang termasuk dalam kategori ini sangat aktif memanfaatkan Instagram sebagai sumber utama informasi politik. Mereka mengikuti berbagai akun politikus, partai politik, dan media berita, serta terlibat dalam diskusi politik di kolom komentar. Mereka juga cenderung membagikan konten politik di akun mereka sendiri dan mengajak teman-temannya untuk berpartisipasi dalam perbincangan politik. Sedangkan untuk penggunaan Instagram yang cukup ditafsirkan bahwa pemilih pemula dalam kategori

ini menggunakan Instagram sebagai salah satu sumber informasi politik, namun tidak seintensif kelompok pertama. Mereka mungkin mengikuti beberapa akun politik, namun tidak secara aktif terlibat dalam diskusi. Mereka lebih cenderung pasif dalam mengonsumsi konten politik di Instagram. Terakhir, penggunaan Instagram yang rendah ditafsirkan dengan pemilih pemula dalam kategori ini jarang atau bahkan tidak sama sekali menggunakan Instagram sebagai sumber informasi politik. Mereka lebih memilih sumber informasi lain seperti televisi, radio, atau media cetak untuk mendapatkan informasi tentang politik.

Berdasarkan analisis penggunaan Instagram terbagi menjadi 3 kategori, yakni kategori rendah sebanyak 17 responden dengan persentase 17%, 47 responden kategori cukup dengan persentase 47% dan sebanyak 36 masyarakat berada pada kategori tinggi dengan persentase 36%. Dengan kata lain, tingkat penggunaan Instagram pada masing-masing responden berada pada kategori cukup.

Tabel 2 Indikator Penggunaan Instagram

Indikator	Frekuensi			Presentase		
	R	C	T	R	C	T
Intensitas	19	43	38	19 %	43 %	38 %
Konsistensi	21	51	28	21 %	51 %	28 %
Variasi	11	47	42	11 %	47 %	42 %

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Sedangkan untuk indikator intensitas penggunaan Instagram, kategori dengan persentase tertinggi adalah kategori cukup, dengan 43% responden masuk dalam kategori tersebut. Sementara itu, kategori dengan persentase terendah adalah kategori rendah, yang hanya mencakup 19% responden. Dengan kata lain, lama waktu yang dihabiskan oleh responden dalam menggunakan Instagram serta frekuensi interaksi responden dalam menggunakan Instagram seperti mengomentari, menyukai, atau membagikan suatu postingan mayoritas berada dalam kategori cukup dengan jumlah persentase sebesar 43%.

Intensitas penggunaan Instagram mengacu pada seberapa sering dan dalam jangka waktu berapa lama seseorang menggunakan aplikasi ini. Pengguna dikategorikan menjadi tiga kelompok berdasarkan intensitasnya: tinggi, cukup, dan rendah. Pengguna dengan intensitas tinggi cenderung membuka Instagram berkali-kali sehari, menghabiskan waktu lama, dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Sebaliknya, pengguna dengan intensitas rendah hanya membuka Instagram sesekali dan melakukan aktivitas yang terbatas.

Pengelompokan ini didasarkan pada frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, jenis aktivitas, dan tujuan penggunaan. Pemahaman terhadap intensitas penggunaan sangat penting untuk berbagai tujuan, seperti segmentasi pasar, pengembangan fitur aplikasi, dan penelitian perilaku pengguna.

Selanjutnya diteliti pula berdasarkan konsistensi penggunaan Instagram. Dalam hal ini konsistensi penggunaan Instagram dapat diukur melalui beberapa indikator, baik kuantitatif maupun kualitatif. Indikator kuantitatif mencakup frekuensi login, durasi penggunaan, jumlah postingan, interaksi, dan akun yang diikuti. Sementara itu, indikator kualitatif meliputi pola penggunaan, jenis konten yang dibuat, fitur yang digunakan, respons terhadap perubahan fitur, dan partisipasi dalam komunitas. Untuk mengukur konsistensi, dapat digunakan alat analisis internal Instagram, alat analisis media sosial pihak ketiga, atau survei pengguna. Konsistensi penggunaan penting karena dapat membangun identitas *online*, meningkatkan keterlibatan, membangun komunitas, dan membantu memahami perilaku pengguna. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsistensi meliputi minat dan hobi, tujuan penggunaan, fitur baru, dan faktor eksternal lainnya. Dengan memahami indikator dan faktor-faktor ini, kita dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kebiasaan penggunaan Instagram.

Berdasarkan analisis pada indikator konsistensi penggunaan Instagram, kategori dengan persentase tertinggi adalah kategori cukup, dengan 51% responden masuk dalam kategori tersebut. Sementara itu, kategori dengan persentase terendah adalah kategori rendah, yang hanya mencakup 21% responden. Kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa pola konsistensi responden dalam menggunakan Instagram, termasuk konsistensi untuk memeriksa pembaruan notifikasi serta keteraturan jadwal dalam mengunggah konten berada di tingkat yang cukup dengan jumlah persentase sebesar 51% dari keseluruhan responden yang berpartisipasi dalam penelitian.

Terakhir, berdasarkan indikator variasi konten. Penelitian ini membuat pemahaman variasi konten dalam Instagram adalah kunci untuk menjaga minat pengikut dan meningkatkan *engagement*. Indikator keberagaman konten mencakup jenis konten (visual, format, gaya), serta frekuensi variasi. Dengan menghadirkan beragam jenis konten, baik dari segi visual maupun topik, serta secara konsisten berinovasi, akun Instagram dapat menarik perhatian pengguna yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut. Selain itu, penggunaan fitur-fitur terbaru Instagram dan kolaborasi dengan *influencer* juga dapat meningkatkan variasi konten dan memperkaya pengalaman pengguna.

Berdasarkan analisis pada indikator variasi konten, kategori dengan persentase tertinggi adalah kategori cukup, dengan 47% responden masuk dalam kategori tersebut. Sementara itu, kategori dengan persentase terendah adalah kategori rendah, yang hanya mencakup 11% responden. Selanjutnya dapat dibuat kesimpulan bahwa jenis dan sumber konten yang diakses pada masing-masing responden cukup beragam dibuktikan mayoritas berada dalam kategori cukup dengan persentase sebesar 47%.

**Preferensi Politik Pemilih Pemula**

Preferensi politik adalah cerminan nilai-nilai yang dianut seseorang dan menjadi pendorong utama tindakan politiknya. Pilihan politik yang diambil seseorang akan sangat dipengaruhi oleh keyakinan pribadinya dan berdampak pada arah perkembangan politik. Dalam penelitian ini, preferensi politik terbagi menjadi memberikan hak suara dan tidak memberikan hak suara. Hak suara merupakan hak setiap warga negara dewasa untuk memilih pemimpin dan kebijakan negara. Untuk bisa menggunakan hak ini, pemilih pemula harus memenuhi syarat seperti usia, kewarganegaraan, dan pendaftaran.

Berdasarkan teori *voting behavior* yang dikemukakan oleh Dennis Kavanagh menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk memilih calon atau partai tertentu dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks yang saling terkait. Faktor-faktor ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama yaitu faktor sosiologis dan faktor psikologis. Faktor sosiologis mencakup pengaruh lingkungan sosial seperti kelas sosial, kelompok sosial, dan identifikasi partai yang diwariskan. Sementara itu, faktor psikologis meliputi persepsi individu terhadap partai dan calon, serta pertimbangan rasional berdasarkan kebijakan dan program yang ditawarkan. Dengan kata lain, pilihan politik seseorang tidak hanya ditentukan oleh perhitungan rasional, tetapi juga oleh faktor emosional, sosial, dan psikologis yang terbentuk sejak dini. Teori Kavanagh menyoroti pentingnya memahami kompleksitas perilaku pemilih untuk menganalisis hasil pemilihan dan merancang strategi politik yang efektif. Penelitian ini berfokus kepada faktor psikologis yakni preferensi politik pada Pilpres 2024 pemilih pemula di Kecamatan Tambun Selatan setelah menggunakan media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat 50 responden cenderung untuk memberikan hak suaranya pada Pilpres 2024 lalu, dengan persentase sebesar 50%. Lalu, terdapat 50 responden sisanya cenderung tidak memberikan hak suara pada Pilpres 2024, dengan persentase sebesar 50%. Dengan perolehan persentase yang seimbang tersebut, oleh selanjutnya diteliti mengenai keputusan politik

pemilih pemula yang cenderung memberikan hak suara dan tidak memberikan hak suara pada Pilpres 2024, kemudian diuraikan menjadi analisis kecenderungan memberikan hak suara dan kecenderungan tidak memberikan hak suara.

Tabel 3 Analisis Kecenderungan

Keterangan	Preferensi	Frekuensi	Persentase
Kecenderungan Memberi Hak Suara	Tetap Pada Pilihan Awal Paslon	38	38%
	Pindah Pilihan Paslon	12	12%
Kecenderungan Tidak Memberi Hak Suara	Memilih Golput	43	43%
		7	7%

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Melalui tabel analisis kecenderungan memberikan hak suara dapat diketahui bahwa terdapat 38 responden dengan kecenderungan memberikan hak suara kemudian setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk tetap pada pilihan awal paslon dengan jumlah persentase yang relatif tinggi mencapai 76% dengan sisanya yakni sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 24% setelah menggunakan Instagram memilih untuk pindah pilihan pasangan calon presiden & wakil presiden. Pemilih pemula seringkali memilih untuk pindah pilihan pasangan calon presiden dan calon wakil presiden karena beberapa alasan yang saling terkait. Pertama, mereka cenderung lebih terbuka terhadap informasi baru dan terpengaruh oleh kampanye yang kreatif serta penggunaan media sosial yang efektif. Dalam era digital, pemilih pemula dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi, termasuk opini publik dan analisis politik, yang dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap calon tertentu. Kedua, pemilih pemula seringkali mencari sosok pemimpin yang dianggap lebih relatable dan mampu memahami aspirasi serta permasalahan yang mereka hadapi, sehingga jika mereka merasa calon baru lebih mewakili suara mereka, mereka tidak ragu untuk berpindah pilihan. Ketiga, dinamika politik yang cepat, termasuk perubahan isu-isu sosial dan ekonomi, juga dapat mendorong pemilih pemula untuk mengevaluasi kembali pilihan mereka. Jika mereka merasa pasangan calon sebelumnya tidak mampu menjawab tantangan yang ada atau tidak memenuhi harapan mereka, mereka cenderung mencari alternatif yang lebih sesuai. Selain itu, pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial juga berperan penting, karena pemilih pemula seringkali dipengaruhi oleh diskusi dan opini di sekitar mereka. Semua faktor ini menciptakan situasi di mana pemilih pemula merasa perlu untuk berpindah pilihan demi mendapatkan representasi yang lebih baik dalam pemilihan umum.

Selanjutnya dari kecenderungan tidak memberikan hak suara diketahui bahwa terdapat 43 responden dengan persentase sebesar 86% setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk berpindah menjadi memilih pada

Pilpres 2024, sisanya sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 14% setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk tetap golput (tidak memilih) pada Pilpres 2024. Pemilih pemula tidak memberikan hak suara pada Pilpres 2024 karena beberapa alasan yang saling berkaitan. Pertama, kurangnya kesadaran politik dan pengetahuan tentang pentingnya partisipasi dalam pemilu menjadi faktor utama. Banyak pemilih pemula yang merasa tidak memiliki informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat, sehingga mereka memilih untuk tidak memberikan suara. Kedua, rasa apatis terhadap politik juga berkontribusi. Banyak pemilih pemula merasa bahwa suara mereka tidak akan berpengaruh pada hasil pemilu, atau mereka tidak percaya bahwa calon yang ada dapat memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Ketiga, faktor logistik seperti kesulitan dalam mengakses tempat pemungutan suara atau kurangnya waktu untuk berpartisipasi juga menjadi alasan. Beberapa pemilih pemula mungkin memiliki kesibukan yang tinggi, sehingga mereka tidak dapat meluangkan waktu untuk memberikan suara. Keempat, pengaruh lingkungan sosial dan teman sebaya juga berperan. Jika di sekitar mereka terdapat sikap negatif terhadap pemilu atau ketidakpedulian terhadap politik, hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk tidak memberikan hak suara.

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana preferensi politik pemilih pemula pada Pilpres 2024 di Kecamatan Tambun Selatan setelah menggunakan Instagram. Penelitian ini mengamati penggunaan Instagram oleh pemilih pemula di Kecamatan Tambun Selatan, mengungkap lebih jauh pengaruh dari penggunaan Instagram bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*), terkhusus pada tingkat pengetahuan di mana penggunaan Instagram dapat berpengaruh terhadap perubahan persepsi serta perubahan pendapat (*opinion*). Data dalam penelitian ini diperoleh dari seratus responden melalui penyebaran angket yang berisi tiga puluh tujuh pernyataan dengan lima opsi jawaban, lalu diolah sehingga terbagi menjadi tiga kategori rendah, cukup, serta tinggi. Berdasarkan hasil analisis variabel dalam penggunaan Instagram, indikator yang paling berpengaruh terhadap kecenderungan responden dalam menggunakan Instagram adalah variasi konten, dengan 42% responden masuk dalam kategori tinggi. Selanjutnya diikuti oleh indikator intensitas penggunaan Instagram, yang mencapai 38% responden dalam kategori tinggi, serta indikator konsistensi penggunaan Instagram, dengan 28% responden berada dalam kategori tinggi.

Variasi konten adalah indikator yang paling berpengaruh bagi pemilih pemula dalam membuat keputusan politik, yang tercermin dari jumlah frekuensi tertinggi dalam kategori tinggi, yaitu sebanyak empat puluh dua orang. Angka ini merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Berdasarkan analisis yang dilakukan, mayoritas responden (47%) merasa bahwa variasi konten di Instagram cukup beragam. Berdasarkan hasil penelitian, responden cenderung kurang setuju dengan pernyataan Instagram menampilkan konten yang sama berulang kali serta cenderung tidak setuju pula dengan pernyataan Instagram tidak menyediakan variasi konten yang sesuai dengan minat penggunanya. Sebaliknya, hampir keseluruhan responden mengaku sering melihat konten dalam berbagai format, seperti foto, video, dan *stories* di Instagram. Dengan adanya variasi konten di platform ini cukup mempengaruhi minat pemilih pemula sebagai responden dalam penelitian ini untuk terus menggunakan Instagram. Hasil tersebut dapat disebabkan karena Instagram memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memilih konten sesuai minat, mulai dari hiburan hingga isu sosial-politik. Dengan algoritma yang menyesuaikan preferensi, pengguna mendapatkan informasi yang relevan dengan hal yang mereka sukai. Selain itu, pengaruh sosial dari teman dan *influencer*, serta interaktivitas *real-time* yang ditawarkan oleh Instagram, menjadikan platform ini memiliki daya tarik yang kuat bagi pengguna dalam mengakses informasi dan membuat keputusan.

Sehubungan dengan pilihan politik pemilih pemula, variasi konten yang diakses di Instagram berperan besar dalam membentuk pandangan politik pemilih pemula. Algoritma memiliki peranan penting dalam membentuk pandangan jangka pendek, dengan memberikan konten yang sesuai dengan preferensi awal, memperkuat posisi politik pemilih pemula, sehingga menciptakan lingkungan informasi yang cenderung mendukung pilihan politik tertentu. *Funnel of causality* dalam teori *voting behavior* turut memperkuat argumen tersebut, *funnel of causality* menggambarkan bagaimana berbagai faktor, termasuk media sosial seperti Instagram, dapat menjadi bagian dari rangkaian faktor yang mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula.

Intensitas penggunaan Instagram memiliki jumlah frekuensi kategori tinggi sebesar tiga puluh delapan orang, jumlah ini merupakan hasil tertinggi kedua setelah indikator variasi konten. Berdasarkan hasil analisis, sebanyak 43% responden berada dalam kategori cukup dalam menghabiskan waktu menggunakan Instagram, sebanyak 19% responden memiliki intensitas yang rendah dalam menggunakan Instagram, serta sebanyak 38% memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan Instagram. Semakin lama waktu yang dihabiskan

pengguna untuk berinteraksi melalui Instagram, maka secara tidak langsung akan semakin tinggi juga tingkat penggunaannya.

Penelitian juga menunjukkan bahwa hampir keseluruhan responden menyatakan sering menggunakan Instagram dengan menghabiskan waktu sekitar 1-2 jam dalam setiap harinya. Selama menggunakan Instagram, mereka sering berinteraksi dengan konten orang lain di Instagram, seperti menyukai, mengomentari, atau serta berbagi postingan. Dengan fenomena tersebut, responden seringkali merasa bahwa Instagram sering mengalihkan perhatian dari hal-hal penting yang terjadi dalam kehidupan mereka, hal tersebut disebabkan mereka terlalu peduli dengan kehidupan yang terjadi di dalam Instagram (dunia maya). Karenanya, beberapa responden mengaku pernah mengurangi waktu dalam menggunakan Instagram karena merasa terlalu sering menggunakannya. Fenomena tersebut sejalan dengan *Funnel of causality* dalam teori *voting behavior* yang menggambarkan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan di Instagram, maka semakin banyak pengguna akan terpapar informasi dan opini yang ada dalam Instagram. Hal tersebut akan mempengaruhi pola pikir, preferensi, dan perilaku dari pengguna Instagram.

Indikator selanjutnya yang diteliti adalah konsistensi dalam penggunaan Instagram, di mana jumlah responden yang termasuk dalam kategori tinggi mencapai dua puluh delapan orang (28%), disusul oleh kategori rendah sebanyak dua puluh satu responden (21%), serta kategori cukup sebanyak lima puluh satu responden (51%). Jumlah ini menjadi yang terendah pada indikator variabel penggunaan Instagram, mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna memiliki tingkat konsistensi yang sedang hingga tinggi dalam mengakses platform tersebut. Dari hasil analisis yang diperoleh, diketahui bahwa sekitar 51% responden tergolong cukup konsisten dalam menggunakan Instagram. Tingkat konsistensi ini diukur melalui beberapa parameter, seperti keteraturan jadwal posting konten, pola penggunaan yang konsisten, serta kebiasaan dalam memeriksa notifikasi secara rutin.

Berdasarkan hasil penelitian, responden mengaku menggunakan Instagram untuk mengikuti berita dan informasi terkini, selain itu sebagian besar responden juga setuju bahwa mereka sering memeriksa notifikasi Instagram saat mendapat pemberitahuan baru, bahkan beberapa responden merasa tertekan jika tidak bisa mengakses Instagram dalam setiap jam. Karena adanya kebiasaan tersebut, banyak dari responden yang mengaku bahwa menggunakan dan mengakses Instagram adalah bagian penting dari rutinitas harian mereka, didukung oleh pernyataan bahwa responden sering menggunakan Instagram untuk mengunggah aktivitas yang sedang

mereka lakukan, namun mereka tidak melakukannya di setiap hari.

Dalam konteks sosial modern, penggunaan Instagram telah menjadi kebiasaan yang lekat di masyarakat, terutama sebagai sarana untuk tetap terhubung dengan orang-orang di sekitar, baik itu teman, keluarga, maupun individu dengan minat serupa. Konsistensi dalam menggunakan Instagram memberikan dampak yang bersifat dua sisi, baik positif maupun negatif, khususnya bagi pemilih pemula yang masih mencari sumber informasi dan pengaruh. Di sisi positif, dengan konsisten mengikuti akun-akun terkait politik, *influencer*, atau media berita, pengguna Instagram berkesempatan memperluas wawasan, terutama tentang perkembangan isu-isu politik. Hal ini bisa membantu mereka dalam mempertimbangkan berbagai informasi dan membuat keputusan secara lebih kritis dan rasional.

Namun, pada bagian lainnya, konsistensi dalam penggunaan Instagram juga membuka peluang bagi pengguna, terutama pemilih pemula, untuk terpapar informasi yang kurang valid atau *hoax*. Instagram sebagai platform berbasis visual dan kemudahan akses informasi, memungkinkan penyebaran berita atau konten yang sering kali tidak di *verifikasi*. Oleh karena itu, meskipun Instagram memiliki potensi besar sebagai sumber informasi, penting bagi pengguna untuk memiliki literasi digital dan kemampuan untuk memilah informasi yang benar agar terhindar dari pengaruh negatif yang dapat mengarah pada keputusan yang tidak didasarkan pada data yang akurat.

Preferensi politik pemilih pemula pada penelitian ini mengacu pada kecenderungan pengambilan keputusan politik oleh pemilih pemula berdasarkan sejumlah opsi yang pada Pilpres Tahun 2024. Data dalam penelitian ini diperoleh dari seratus responden melalui penyebaran angket yang berisi sembilan belas pernyataan dengan lima opsi jawaban, oleh kemudian dilakukan tabulasi berdasarkan data dalam angket. Setelah dilakukan analisis berdasarkan data yang ada, diperoleh hasil bahwa terdapat angka yang seimbang di antara responden yang memiliki kecenderungan memberikan hak suara dan tidak memberikan hak suara, dengan perolehan angka sebanyak 50:50. Kemudian dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui keputusan politik yang diambil berdasarkan kecenderungan politik sebelumnya dari pemilih pemula. Untuk kecenderungan memberikan hak suara, terdapat 38 responden setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk tetap pada pilihan awal paslon dengan jumlah persentase yang relatif tinggi mencapai 76%, dengan sisanya sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 24% setelah menggunakan Instagram memilih untuk pindah pilihan pasangan calon presiden & calon wakil

presiden. Hal tersebut dapat diakibatkan karena pemilih pemula masih belum yakin atau merasa kurang informasi yang cukup untuk berpindah kepercayaan pada paslon lain. Selain itu, pemilih pemula mungkin dipengaruhi oleh lingkungan sosial (keluarga, teman, atau komunitas) yang memiliki preferensi politik serupa. Karena hal tersebut, meskipun pemilih pemula terpapar konten dari berbagai pandangan di Instagram, mereka cenderung mematuhi preferensi kelompok sosial mereka untuk menjaga hubungan sosial yang sudah terjalin dengan baik.

Keputusan politik yang diambil berdasarkan kecenderungan tidak memberikan hak suara di antaranya adalah terdapat 43 responden dengan persentase sebesar 86% setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk berpindah menjadi memilih pada Pilpres 2024, sisanya sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 14% setelah menggunakan Instagram memutuskan untuk tetap golput (tidak memilih) pada Pilpres 2024. Data tersebut menunjukkan perbedaan yang cukup tinggi di antara responden. Pemilih pemula yang sebelumnya golput dapat berubah sikap setelah menggunakan Instagram karena pengaruh paparan informasi politik dalam Instagram dan adanya interaksi dengan sesama pemilih. Di Instagram, mereka terpapar konten politik seperti kampanye, isu terkini, dan visi-misi calon presiden, yang meningkatkan pemahaman pemilih pemula tentang pentingnya Pilpres 2024. Interaksi melalui diskusi di komentar, postingan, atau story juga memungkinkan pemilih pemula berbagi pandangan dan mendengar opini orang lain, membuka wawasan, serta mendorong pemilih pemula untuk ikut serta dalam pemilihan. Kombinasi ini membuat pemilih pemula merasa lebih terlibat dan memutuskan untuk memberikan hak suara.

Berdasarkan teori perilaku pemilih Dennis Kavanagh, penelitian ini berfokus pada pendekatan psikologis, khususnya Mazhab Michigan. Model '*Funnel of Causality*' yang diusulkan Kavanagh menggambarkan proses pembentukan perilaku memilih sebagai sebuah perjalanan melalui waktu. Dimulai dari faktor-faktor sosial seperti latar belakang dan status sosial, individu membentuk identifikasi partai. Identifikasi partai ini kemudian mempengaruhi penilaian mereka terhadap kandidat dan isu-isu politik. Pengaruh kampanye dan media massa pada tahap akhir semakin memperkuat atau mengubah pilihan pemilih. Pendekatan psikologis sama dengan penjelasan yang diberikan dalam model perilaku politik, sebagaimana dijelaskan di atas. Salah satu konsep psikologi sosial yang digunakan untuk menjelaskan *voting behavior* pada pemilihan umum berupa identifikasi partai. Konsep ini merujuk pada persepsi pemilih atas partai-partai yang ada atau keterikatan emosional pemilih terhadap partai tertentu. Konkretnya, partai yang secara emosional

dirasakan sangat dekat dengannya merupakan partai yang selalu dipilih tanpa terpengaruh oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, berita yang beredar dalam media massa dianggap memiliki peranan dalam membentuk perilaku pemilih. Dalam hal ini, Instagram sebagai fokus penelitian, dapat mempengaruhi identifikasi kepartaian dengan menyajikan informasi yang dapat memperkuat atau mengubah pandangan politik pemilih pemula. Misalnya, postingan yang mendukung atau menentang partai tertentu dapat mempengaruhi bagaimana pemilih pemula menyukai partai tertentu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konten yang diposting di Instagram, termasuk pendapat dari *influencer* politik, dapat membentuk sikap dan persepsi pemilih pemula terhadap kandidat dan isu-isu politik. Ini berhubungan dengan bagaimana sikap mereka dipengaruhi oleh paparan informasi yang mereka terima di Instagram. Mengenai hal ini, maka penting untuk melakukan berbagai upaya untuk meminimalisir adanya dampak kurang baik yang diakibatkan dengan mudahnya akses informasi di media sosial, khususnya Instagram. Mengedukasi pemilih pemula tentang cara menilai kredibilitas informasi yang mereka terima di media sosial. Ini termasuk mengajarkan mereka untuk memverifikasi fakta, mengenali berita palsu, dan memahami bias media dapat menjadi opsi terbaik yang dapat dilakukan. Selain itu, penting untuk memastikan adanya regulasi yang jelas dan efektif mengenai iklan politik dan kampanye di media sosial untuk mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan.

Selanjutnya, sejalan dengan konsep "*Funnel of Causality*" yang memberi perumpamaan seperti bagian-bagian dari cerobong. Pada bagian atas cerobong diberi pemaknaan sebagai faktor sosial. Pada bagian ini pemilih pemula, terutama generasi muda yang aktif di media sosial, sering menggunakan Instagram sebagai sumber informasi politik. Di tahap awal, lingkungan sosial mereka, termasuk teman, *influencer*, dan tokoh publik yang diikuti mempengaruhi preferensi politik. Faktor demografis seperti usia, serta pekerjaan memperkuat paparan mereka terhadap konten politik. Selanjutnya, pada bagian tengah corong yang diberi pemaknaan sebagai sikap dan nilai politik, memberi penjelasan bahwa Instagram berperan dalam membentuk sikap politik pemilih pemula. Melalui konten, kampanye digital, dan diskusi di platform ini, mereka mulai membangun nilai-nilai politik, termasuk ideologi dan preferensi partai. Kandidat atau partai yang mampu mempresentasikan diri secara menarik melalui visual dan interaksi seperti *Q&A* di *Stories* dapat mempengaruhi sikap politik pemilih pemula. Terakhir, lapisan akhir corong. Dalam hal ini diberi pemaknaan dengan persepsi isu-isu politik, berdasarkan hasil penelitian, Instagram juga memengaruhi

cara pemilih pemula memahami isu-isu politik yang spesifik. Algoritma platform yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna memperkuat pandangan mereka terhadap isu-isu tertentu.

Generasi Z telah menjadikan Instagram sebagai wadah untuk berinteraksi secara politik. Melalui platform ini, mereka aktif berbagi informasi tentang program kerja, solusi atas permasalahan, dan inisiatif kolaborasi, dengan tujuan membangun jaringan yang kuat dengan sesama milenial. Kalimat-kalimat yang diucapkan oleh para tokoh politik seringkali ditafsirkan secara beragam oleh generasi Z. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti latar belakang sosial, budaya, dan pengetahuan politik yang berbeda-beda. Akibatnya, pemahaman yang beragam ini dapat memunculkan berbagai respons, mulai dari mengikuti dan mendukung kebijakan yang disampaikan, hingga meragukan dan menolaknya. Kemampuan untuk memahami secara tepat maksud di balik setiap tuturan politik menjadi kunci bagi generasi muda dalam mengambil keputusan dan membentuk opini publik. Generasi Z sangat aktif di Instagram dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik. Politisi perlu memanfaatkan platform ini untuk membangun citra positif dan berinteraksi langsung dengan generasi Z. Strategi komunikasi yang efektif akan membantu dalam mengumpulkan data survei dan merespon isu-isu yang diangkat oleh generasi Z.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, kesimpulan yang dapat diambil mengenai tingkat penggunaan Instagram oleh pemilih pemula pada Pilpres 2024 di Kecamatan Tambun Selatan adalah bahwa penggunaan platform media sosial ini berada pada kategori "cukup". Hal ini ditunjukkan dari data yang dikumpulkan dari total 100 responden, dengan rincian sebanyak 17 responden atau 17% berada dalam kategori penggunaan rendah, 47 responden atau 47% berada dalam kategori penggunaan cukup, dan sebanyak 36 responden atau 36% berada dalam kategori penggunaan tinggi.

Selain itu, dari berbagai indikator yang menjadi variabel dalam penggunaan Instagram, indikator "variasi konten" menjadi yang paling mempengaruhi responden dalam menggunakan platform ini. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 47 orang, atau 47% dari responden, setuju bahwa jenis dan sumber konten yang diakses cukup beragam, mencakup berbagai aspek, mulai dari konten informatif hingga konten hiburan, sehingga meningkatkan minat untuk tetap terhubung dengan Instagram.

Dari segi preferensi politik, responden terbagi menjadi dua kelompok utama: mereka yang memiliki

kecenderungan untuk memilih dan yang memilih untuk tidak menggunakan hak suara dalam Pilpres 2024. Berdasarkan data yang diperoleh, ditemukan keseimbangan antara dua kelompok ini, dengan 50% responden menunjukkan kecenderungan untuk memilih, sementara 50% lainnya memilih untuk tidak memberikan suara pada Pilpres 2024. Lebih lanjut, analisis terhadap keputusan politik di antara responden yang cenderung memberikan suara menunjukkan bahwa sebanyak 38 responden (76%) memilih untuk tetap pada pilihan awal pasangan calon presiden dan wakil presiden (calon presiden dan cawapres) mereka setelah menggunakan Instagram, sementara 12 responden (24%) memutuskan untuk mengubah pilihan pasangan calon setelah menggunakan platform ini. Di sisi lain, di antara responden yang awalnya tidak berencana memberikan suara, terdapat perubahan setelah penggunaan Instagram, dengan 43 responden (86%) memutuskan untuk memberikan suara, sementara 7 responden (14%) tetap pada keputusan awal untuk tidak memilih (golput) pada Pilpres 2024.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut. Pertama, pemilih pemula, yang diproyeksikan akan menjadi salah satu kelompok penyumbang suara terbanyak pada Pilpres 2024, memiliki peranan penting dalam menentukan pemimpin negara masa depan. Oleh karena itu, pilihan politik yang diambil oleh pemilih pemula harus didasarkan pada analisis mendalam dan mempertimbangkan tujuan berbangsa serta dampaknya bagi keberlangsungan negara. Mengingat pentingnya peran generasi ini, edukasi politik yang tepat dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih rasional dan kritis.

Selain itu, mengingat pemilih pemula umumnya merupakan generasi yang sangat akrab dengan digitalisasi dan media sosial, pemerintah dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk menggelar sosialisasi yang lebih kreatif dan efektif terkait Pilpres mendatang. Metode sosialisasi yang interaktif dan menarik di media sosial dapat membantu meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula.

Namun demikian, penulis juga menyarankan agar para pengguna media sosial, khususnya pemilih pemula, tetap berhati-hati dalam menyaring informasi yang beredar. Dengan pesatnya perkembangan media sosial sebagai sumber informasi, terdapat pula resiko penyebaran hoaks dan berita yang tidak benar yang dapat mempengaruhi keputusan pemilih. Oleh karena itu, penting bagi para pemilih untuk meningkatkan literasi digital mereka sehingga mampu membedakan informasi yang valid dari

informasi yang tidak dapat dipercaya. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan untuk terus memberikan edukasi mengenai cara menyaring berita yang beredar di media sosial, guna mendukung terciptanya masyarakat yang kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprianti, F., Kartina, A. M., & Salampessy, Y. L. A. (2021). Efektivitas Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Diversifikasi Konsumsi Pangan Pokok (Kasus Akun Instagram @ayuangling). *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2), 50.
- Aziza, A. (2022). Penggunaan Instagram Sebagai Literasi Politik Bagi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Barru Tahun 2020 = *The use of Instagram as political literacy for novice voters in the 2020 regional head elections in Barru District* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). Universitas Hasanuddin.
- Chadwick, A., & Howard, P. N. (Eds.). (2008). *Routledge Handbook of Internet Politics* (hal. 217-230). London: Routledge.
- Chano, T. M., & Paramita, S. (2019). Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun@ karyaadalahdoa). *Koneksi*, 3(1), 20-22.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Hanggoro, D. A. (2020). Hubungan Antara Kepercayaan Politik dengan Partisipasi Politik pada Mahasiswa [Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang].
- Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 170-179.
- Kaesmetan, O. T. H. (2019). Studi Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2014 Daerah Pemilihan Timor Tengah Selatan. *Kompilasi Ringkasan Tesis Tata Kelola Pemilu Edisi*, 1.
- Karpf, D. (2020). Two Provocations For The Study of Digital Politics In Time. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(2), 87-96.
- Kilber, J., Barclay, A., dan Ohmer, D. Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 2014. 15: 4, 80-9.
- Lemeshow S, Hosmer Jr DW, Klar J, Lwanga SK 1990. Adequacy of sample size in health studies. New York: John Wiley & Sons.
- Meliiala, W. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education*, 2(1), 12-24.
- Munif, A. (2019). Analisis Partisipasi Politik Pemuda Dalam Pemilu Tahun 2019 di Kelurahan Kadipaten Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo [Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo].
- Pertami, G. A. (2022). Perilaku Pemilih Pemula Di Kelurahan Pondok Kelapa Kecamatan Duren Sawit Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2019. (Diploma thesis, Universitas Nasional). Universitas Nasional.
- Putra, T. R., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 220-222..
- Putri, P., & Sari, M. M. K. (2020). Karakteristik Pilihan Politik Pemilih Pemula Di Kabupaten Sidoarjo. *Journal of Civics and Moral Studies*, 5(2), 53.
- Rorianti, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pilgub Dki Jakarta 2017 (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Politik Fisip Uin Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun Akademik 2015-2017) [Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta].
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Vermeer, S., & van den Heijkant, L. (2023). Break a Story: Examining the Effects of Instagram Stories from News Accounts on Adolescents' Political Learning. *Journalism Studies*, 15-16.
- Wahyudi, F. N. (2023). Pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan memilih pada pemilihan umum Di Kota Malang dengan kepercayaan masyarakat sebagai variabel moderasi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Azzahri, N. S. (2024, Maret 11). *Politik Digital: Keterlibatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Muda Pada Pesta*

*Demokrasi 2024*. Diakses pada 18 April 2024, dari [https://www.setneg.go.id/baca/index/politik\\_digital\\_keterlibatan\\_media\\_sosial\\_dalam\\_meningkatkan\\_partisipasi\\_politik\\_generasi\\_muda\\_pada\\_ pesta\\_demokrasi\\_2024](https://www.setneg.go.id/baca/index/politik_digital_keterlibatan_media_sosial_dalam_meningkatkan_partisipasi_politik_generasi_muda_pada_ pesta_demokrasi_2024)

Cherry, Kendra. (2022, November 07). *Cognitive Dissonance and the Discomfort of Holding Conflicting Beliefs*. Diakses pada 28 Agustus 2024, dari <https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>

Eka Sakti, R. (2023, Desember 14). *Media sosial pengaruhi pemilih pada Pemilu 2024*. Diakses pada 18 April 2024, dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/14/media-sosial-pengaruhi-pemilih-pada-pemilu-2024>

Farisa, F. C. (2023, 01 November). *Belanja Iklan Pendukung Prabowo di Medsos Rp 8,67 Miliar, Tertinggi Dibanding Pendukung Ganjar dan Anies*. Diakses pada 05 Mei 2024, dari <https://nasional.kompas.com/read/2023/11/01/1152311/belanja-iklan-pendukung-prabowo-di-medsos-rp-867-miliar-tertinggi-dibanding>

Fitriani, N. (2024, 03 Februari). *Pemilu 2024: Gen Z dan Milenial Sumbang 55 Persen Suara, Ini Fakta Lengkapnya*. Diakses pada 29 Maret 2024, dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/pemilu-2024-gen-z-dan-milenial-sumbang-55-persen-suara-ini-fakta-lengkapnya>

Julpahmi. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial Himpunan Mahasiswa Aceh Selatan (Hamas) Pada Pemilu Presiden 2019*. Repository UIN Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29882/https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29882/>

Redaksi Voi. (2024, January 30). *Mengenal Bandwagon Effect dalam Politik dan Pengaruhnya*. Diakses pada 28 Agustus 2024, dari <https://voi.id/berita/352724/mengenal-bandwagon-effect-dalam-politik>

Zarawaki, N. (2024, 10 Februari). *Apa itu Swing Voters dalam Pemilu? Ini Penjelasannya!*. Diakses pada 16 Mei 2024, dari <https://www.idntimes.com/life/education/nisa-zarawaki/apa-itu-swing-voters-dalam-pemilu>