

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cara maupun gaya kita berkomunikasi sekarang ini sudah berubah seiring dengan adanya internet. Komunikasi berubah dengan cepat, baik mengekspresikan pendapat, serta cara kita terlibat dan berpartisipasi dalam interaksi sosial (Castellanos dkk, 2011). Di arena politik, internet saat ini dapat digunakan untuk kegiatan kampanye maupun sosialisasi untuk kepentingan politik, pembuatan kebijakan, komunikasi pemerintah, dan aktifitas pengkondisian masyarakat. Bahkan sebelum kita mengalami perubahan komunikasi politik dengan adanya internet, dalam kampanye presiden Amerika tahun 2004, manajer kampanye kandidat Partai Demokrat Howard Dean (sebagaimana dirujuk dalam Hindman dan Scott, 2009) bahwa internet adalah inovasi yang luar biasa, menjadi alat komunikasi online yang paling demokratis bagi setiap penggunanya. Informasi dapat diakses maupun dibagikan dengan sangat cepat, praktis, dan dapat dilakukan oleh siapapun dengan *smartphone* yang terhubung dengan internet. Situs jejaring sosial (*SNS—Sosial Networking Service*) seperti *Meetup.com*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *WhatsApp* membuka peluang baru bagi masyarakat, pembuat kebijakan, pejabat pemerintahan, partai politik, kandidat pemilu pada Pilkada, dan bahkan media yang sifatnya tradisional. Komunikasi dengan media online membuat masyarakat yang tadinya tidak bertemu, tidak pernah berdiskusi dan terlibat aktifitas politik menjadi masyarakat yang bisa saja

bertemu dan berdiskusi di media sosial. Hal ini menjadi terorganisir (secara politik atau lainnya), bahkan dari lokasi yang paling terpencil, dan dengan jarak yang jauh antara satu sama lain. Deskripsi yang sulit dipahami bahwa selama bertahun-tahun yang lalu, hanya beberapa orang saja yang dapat melakukan hal tersebut. Dengan adanya internet dan media sosial, hal itu sangat mengubah cara berkomunikasi yang kita sendiri belum tentu membayangkan akan terjadi.

Alasan penggunaan media sosial sangat beragam, hampir Sebagian besar orang yang menggunakan media sosial menyatakan tentang penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman atau rekan kerja (42%), memberikan informasi langsung (41%), dan yang digunakan untuk ekspresi pendapat (30%).¹ Dari hasil data ini menunjukkan relevansi media sosial untuk menyalurkan ekspresi pribadi dan sebagai sumber informasi. Faktanya bahwa masyarakat dapat terhubung dan terlibat dengan masyarakat lain atau individu lain tentang politik di media sosial, dan telah memperluas gagasan, tentang ruang publik politik (Hindman dan Scott, 2009). Sebelum adanya internet, lingkungan yang diciptakan di dalam komunitas atau lingkungan tertentu adalah tempat diskusi yang langsung bertatap muka dan tempat terfokus untuk diskusi politik karena kedekatan mereka yang memungkinkan diskusi dan ekspresi opini politik. Saat ini, diskusi tidak lagi terbatas pada dunia offline, diakui secara luas bahwa internet memperluas peluang masyarakat untuk bertukar informasi dan ide

¹ GlobalWebIndex. "Most popular reasons for internet users worldwide to use social media as of 3rd quarter 2017". (2019). Retrieved from Statista on April 8, 2019 via <https://www.statista.com/statistics/715449/social-media-usagereasons-worldwide/>

mengenai hal-hal yang menjadi perhatian bersama dengan orang-orang di luar lingkungan komunitas mereka.

Membangun diskusi di masyarakat tentang politik dan kondisi komunikasi yang terjadi adalah sangat penting bagi demokrasi (Dahlgren dan Peter, 1995). Di antara faktor utama yang mendorong hubungan antar masyarakat adalah membaca berita, yang mengarah pada ekspresi politik. Studi ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara berbicara tentang politik hari ini dan berpartisipasi di masa depan sangatlah kuat (Zuniga, Gil, Abril dan Rojas, 2009). Lebih jauh, literatur yang ada memberikan gambaran bahwa masyarakat yang sering membaca berita politik lebih cenderung mengekspresikan pendapat politik mereka dan nantinya akan lebih terlibat secara politik (Bode, Vraga, Borah dan Shah, 2013).

Peran internet dan situs jejaring sosial dalam memperluas partisipasi politik telah menjadi subyek banyak studi ilmiah. Jika ada alat yang dapat memperkuat partisipasi politik, hal ini akan berguna untuk akademisi dan pemangku kebijakan untuk mengetahui bagaimana masyarakat melakukannya dan dalam kondisi bagaimana. Studi ini bertujuan untuk memberikan diskursus media sosial dan partisipasi politik dengan memperluas apa yang telah dilakukan para peneliti lain yang terdahulu. Studi ini mempertimbangkan bagaimana informasi politik melalui Media Sosial dapat mendorong beberapa bentuk partisipasi politik, keterlibatan masyarakat, menggunakan hak suara, dan melakukan protes secara langsung.

Dampak media sosial terhadap demokrasi terus menjadi kajian penting meski masih terlalu dini untuk menyimpulkan karakterisasinya. Namun, fakta bahwa lebih dari setengah populasi dunia diperkirakan menggunakan media sosial cukup menjadi alasan untuk mengeksplorasi lebih jauh pengaruhnya terhadap kehidupan politik kita.²

Beberapa peneliti telah melakukan eksperimen dari perspektif yang berbeda. Banyak yang menunjukkan hubungan positif antara penggunaan informasi dan partisipasi politik media online. Rojas, Hernando dan Puig – I - Abril telah menunjukkan bahwa penggunaan informasi dari teknologi komunikasi internet (TIK) berkontribusi pada bentuk partisipasi yang ekspresif dan memantau pentingnya bahkan ketika interaksi ini tidak melimpah ke domain offline. Demikian pula, mereka menunjukkan bahwa blog adalah bagian penting dari media digital baru karena mereka juga berkontribusi untuk mengakses dan bertukar informasi, serta mendapat perilaku yang menghasilkan atau dengan kata lain variabel keterlibatan politik dalam domain online.

Teresi dan Michelson berkontribusi di bidang ini dengan menunjukkan, melalui uji coba terkontrol, bahwa membaca pesan politik melalui Facebook mendorong partisipasi pemilu seperti yang diantisipasi oleh Tolbert dan Mc Neal (2015) yang menemukan bahwa daerah di mana individu memiliki akses internet dan secara

² Hootsuite & We Are Social (2019), "Digital 2019 Global Digital Overview," retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>

aktif mencari berita online menunjukkan peningkatan partisipasi pemilu, dan warga yang lebih aktif terlibat. Demikian pula, Navia dan Ulriksen (2017) yang menganalisis empat survei nasional yang berbeda di Chili, menemukan bahwa konsumsi berita melalui media sosial memperkuat kecenderungan seseorang untuk memilih.

Kehadiran teknologi digital tidak hanya merevolusi strategi komunikasi politik, tetapi juga cara warga negara berpartisipasi secara politik (Fayakhun, 2017: 3). Partisipasi politik secara umum didefinisikan sebagai aktivitas warga negara yang ditujukan untuk mempengaruhi kebijakan politik. Sebagai sebuah konsep dan model, partisipasi politik bukanlah sebuah konsep yang final atau statis. Salah satu faktor pendukung berkembangnya demokrasi dan partisipasi politik adalah kemajuan teknologi. Berbagai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, telah mengubah dan memperkenalkan model baru partisipasi politik warga negara, yaitu partisipasi politik di dunia maya (*online*).

Partisipasi politik konvensional dan *online* memiliki sedikit perbedaan. Menurut (Brady, 1999; Verba, Schlozman & Brady, 1995) partisipasi politik *online* adalah aktivitas politik *online* yang memiliki tujuan atau dampak mempengaruhi kebijakan pemerintah, secara langsung atau tidak langsung. Dengan definisi ini, perbedaan antara keduanya hanyalah ruang yang digunakan. Pada partisipasi konvensional yang menggunakan ruang fisik sebagai tempat, namun partisipasi

online menggunakan ruang virtual (*online*) sebagai tempat. Walaupun tujuan dari kedua partisipasi ini memiliki kesamaan, yaitu untuk terlibat dalam penentuan kebijakan pemerintah secara langsung maupun tidak langsung.

Awalnya, penggunaan media sosial khususnya di kalangan generasi muda seringkali diidentikkan hanya untuk keperluan bersosialisasi, ekspresi diri dan hiburan. Namun dalam perkembangannya penggunaan media sosial semakin meluas. Media sosial juga digunakan untuk mencari dan berbagi informasi, bisnis, menyebarkan agama dan aktivitas politik (Rovazio Okiiza, 2017). Penelitian Skoric, Zhu, Goh, dan Pang (2016) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial untuk tujuan informasional, ekspresi diri, dan relasional memiliki hubungan positif dengan tingkat partisipasi politik *online*. Selanjutnya, penelitian Homero, Logan, dan Zheng (2014) secara khusus menyatakan bahwa penggunaan media sosial untuk informasi dan hubungan melalui ekspresi politik di media sosial juga memiliki hubungan positif dengan tingkat partisipasi politik *online*.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Lubna Zaheer (2016) pada mahasiswa di Pakistan, hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara waktu penggunaan Facebook dan tingkat partisipasi politik. Dengan kata lain, siswa yang menghabiskan lebih banyak waktu di Facebook lebih terlibat menggunakannya untuk tujuan politik. Begitu pula mahasiswa yang sering

menggunakan Facebook untuk kepentingan politik lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik *online* maupun *offline* (Lubna, 2016: 279).

Perdebatan media sosial dan partisipasi politik belum selesai sampai saat ini. Beberapa ilmuwan percaya bahwa media sosial tidak terkait dengan partisipasi politik *online*. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Salman dan Suhana Saad (2015) menyimpulkan bahwa 89% pemuda di Malaysia adalah pengguna media sosial. Akan tetapi pemuda cenderung menggunakan media sosial untuk tujuan hiburan dan jejaring sosial saja. Ini adalah masalah bahwa tujuan penggunaan media sosial tertentu saja yang mempunyai dampak pada partisipasi politik *online*.

Politik merupakan bagian dari segmen kehidupan yang berkaitan erat dengan media sosial. Media sosial telah menjadi alat penting dalam politik, baik sebagai status quo bagi para pemimpin bisnis maupun sebagai alat konsolidasi bagi orang-orang yang mengkritik atau menentang politik. Peristiwa Musim Semi di Arab adalah contoh revolusi yang menggunakan media sosial untuk menggalang kekuatan guna menggulingkan kekuasaan dan pada peristiwa itu berhasil nyata. Prosesnya dimulai dengan pemuda Mesir menggunakan media sosial sebagai alternatif untuk menyebarkan informasi karena media massa sudah berafiliasi dengan penguasa. Gerakan itu mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak sehingga mampu mengakomodir masyarakat untuk menggulingkan rezim otoritarian (Ipek, Yasar & Nahide, 2013). Kejadian ini berimbas ke China dan akhirnya pemerintah turun tangan memblokir searching dengan kata kunci “Mesir” di situs pencarian internet, hal ini dilakukan untuk menghindari kejadian

yang sama (Ashraf, 2011). Media sosial bagai dua mata pedang, hal ini tergantung bagaimana dan oleh siapa yang menggunakannya.

Media sosial memiliki dua sisi manfaat yaitu manfaat positif dan ancaman, media sosial melahirkan peristiwa penting dalam konstalasi politik. Sebagai contoh adalah kemenangan presiden Barrack Obama. Kemenangan Barack Obama merupakan bentuk pemanfaatan komunikasi politik. memanfaatkan media sosial sebagai media kampanye, Presiden Obama adalah orang berkulit hitam yang pertama kali berhasil menjadi presiden. Model kampanye dengan media sosial berhasil menjadi alat penarik suara anak muda, begitupun di periode keduanya pemanfaatan media sosial berhasil mengantarkan untuk kedua kalinya menjadi presiden Amerika. Dari peristiwa itu, banyak negara yang meniru pemanfaatan media sosial untuk kampanye dan kepentingan politik lain.

Hasil penelitian Jill Sheppard (2015), menyimpulkan bahwa di Australia telah terjadi perubahan pemanfaatan Media Sosial pasca perang dunia kedua. Partisipasi politik masyarakat Australia pada tahun 1970 mulai berubah yang tadinya berupa *voting, political party membership* mulai berubah ke arah partisipasi politik *online*. Partisipasi politik yang tadinya berbentuk demonstrasi, aksi boikot dan hal lain yang bersifat fisik sekarang berubah seiring hadirnya media sosial menjadi mobilisasi tentang mosi tidak percaya, petisi, opini maupun kritik dengan memanfaatkan media sosial. Dengan hadirnya internet, memberikan media baru dalam berpartisipasi politik (*online*). Indonesia saat ini sepertinya telah berada dalam kondisi pemanfaatan media sosial sebagai instrumen kampanye, hal ini

seperti halnya pada saat peristiwa petisi *online* bertema serahkan ke KPK oleh sejumlah aktifis anti korupsi, cendekiawan dan organisasi mahasiswa yang berhasil membawa 5000 petisi secara online.

Di Indonesia, media sosial yang dimanfaatkan untuk kepentingan politik terjadi sekitar tahun 2012, yaitu saat Pemilihan Gubernur pada pilkada DKI Jakarta serta kejadian penyelamatan KPK. Sebagian bahkan hampir seluruh kontestan Calon Gubernur DKI Jakarta memanfaatkan media sosial untuk mendulang suara khususnya pemilih milenial. Beberapa tokoh muda pun dimanfaatkan untuk menarik dukungan suara anak muda di pilkada tersebut. Golput atau Sifat tidak peduli (*apatis*) yang selama ini melekat pada sikap politik generasi muda di Jakarta, Lambat laun mulai berkurang (Priyono dkk, 2014). Hal itu sesuai dengan data KPU DKI Jakarta, tingkat ketidakpedulian turun dari 2,4 juta atau 32% pada tahun 2012 menjadi 1,6 juta atau 22% pada tahun 2017.³ Memang tingkat apatisisme terhadap keterlibatan politik di Indonesia masih tinggi, tetapi di Jakarta sebagai daerah Khusus Ibu Kota yang notabennya adalah kota besar yang kompleksitasnya tinggi, dapat dijadikan contoh efektifitas pemanfaatan penggunaan media sosial dalam politik.

Kejadian seperti ini diakibatkan karena media sosial telah memfasilitasi *platform* atau ruang yang baru bagi masyarakat sebagai tempat diskusi politik. Ruang baru yang dapat memberikan celah bagi kegiatan partisipasi politik telah mengalami

³ pilkada2017.kpu.go.id, diakses pada tanggal 21 September 2018

perubahan. Media sosial menyediakan tempat berekspresi, memberikan opini, berdiskusi serta mendapatkan informasi secara cepat dibandingkan dengan media tradisional (Lubna, 2016: 279).

Kabupaten Pemalang merupakan salah satu kabupaten dengan DPT (Daftar Pemilih Tetap) dalam jumlah banyak di Jawa Tengah. Adapun jumlah DPT Kabupaten Pemalang pada pilkada tahun 2020 yaitu, 1.106.017 jiwa. Dibanding dengan Kabupaten Pekalongan (720.654) dan Kota Pekalongan (244.346) yang melakukan Pilkada Tahun 2020, jumlah DPT Kabupaten Pemalang adalah yang terbanyak. Jumlah DPT yang besar tentu akan berdampak pada tingkat partisipasi yang harusnya tinggi. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pemalang, pada pilkada tahun 2020 angka partisipasi pemilihnya adalah 68,5%, sedangkan pada Pilkada tahun 2015 adalah 60,1%. Angka partisipasi pemilih pada pilkada taun 2020 berarti naik 8,4%. Akan tetapi masih terdapat kecamatan dengan tingkat partisipasi masyarakat dibawah 68% diantaranya, Kecamatan Belik (66%), Kecamatan Moga (64%), Kecamatan Warungpring (62%), Kecamatan Randudongkal (66%), Kecamatan Bantarbolang (64%), sedangkan tingkat partisipasi paling tinggi adalah Kecamatan Pulosari (74%).

Dari data diatas, kita bisa menarik analisis sederhana, ternyata tingkat partisipasi politik masyarakat di kabupaten Pemalang pada Pilkada tahun 2020 lebih tinggi atau naik daripada Pilkada kabupaten Pemalang tahun 2015. Hal ini menunjukkan adanya peran banyak faktor yang mempengaruhinya. Terdapat tiga variabel yang

dapat mempengaruhi tingkat partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada kabupaten Pemalang tahun 2020, diantaranya sosialisasi tentang informasi Pilkada oleh pengampu kebijakan, pendidikan politik bagi masyarakat, dan yang terakhir kemandirian politik masyarakat. Pemahaman masyarakat atas informasi (*well informed*) menjadi satu dari banyak faktor yang penting dalam hal peningkatan partisipasi politik. Informasi tentang pilkada yaitu tentang apa itu Pilkada, Pilkada dilaksanakan kapan, siapa saja calon yang berkontestasi, dan alasan masyarakat perlu berpartisipasi dalam proses pemilihan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada penyelenggaraan Pilkada Kabupaten Pemalang tahun 2020. Adapun fokus pada penelitian ini adalah tentang media sosial, yaitu Whatsapp dan Facebook. Studi tentang media sosial ini menganggap bahwa Media Sosial memungkinkan pengguna untuk membuat profil, publikasi cerita atau story, dan berbagi pesan status dengan orang lain yang masih dalam area atau daftar pertemanan (kontak).

Penelitian dalam Pilkada Kabupaten Pemalang tahun 2020 dipilih untuk disurvei dengan menggunakan kuesioner yang sudah disesuaikan dan metodologi yang dapat digunakan di semua daerah. Hal ini memungkinkan analisis lebih komparatif untuk dibuat dari daerah - daerah yang dipilih.

1.2 Keaslian Penelitian

Penelitian ini mencantumkan penelitian terlebih dahulu yang gunanya sebagai pembelajaran dan perbandingan agar data yang dicantumkan ini tidak ada unsur plagiat terhadap karya ilmiah seseorang. Beberapa ahli telah melakukan eksperimen dari perspektif yang berbeda. Banyak yang menunjukkan hubungan positif antara penggunaan informasi dan partisipasi politik media online antara lain:

1. Penelitian Rojas, Hernando dan Puig – I - Abril (2019) dengan judul "*Mobilizers Mobilized: Information, Expression, Mobilization and Participation in the Digital Age*" telah menunjukkan bahwa penggunaan informasi dari teknologi komunikasi internet (TIK) berkontribusi pada bentuk partisipasi yang ekspresif dan memantau pentingnya bahkan ketika interaksi ini tidak terakomodir ke domain offline. Demikian pula, mereka menunjukkan bahwa blog adalah bagian penting dari media digital baru karena mereka juga berkontribusi untuk mengakses dan bertukar informasi, serta mendapat perilaku yang menghasilkan atau dengan kata lain variabel penting keterlibatan politik dalam domain online.
2. Penelitian Teresi dan Michelson (2015) yang berjudul "*Wired to Mobilize: The Effect of Social Networking Messages on Voter Turnout*" hasil dari penelitian ini, melalui latihan terkontrol, bahwa paparan pesan politik melalui Facebook mendorong partisipasi Pemilu.
3. Penelitian Tolbert dan Mc Neal (2003) yang berjudul "*Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation*", yang menemukan bahwa daerah di mana individu memiliki akses internet dan secara aktif mencari berita online

menunjukkan peningkatan partisipasi pemilu, dan warga yang lebih aktif terlibat.

4. Penelitian Navia dan Ulriksen (2017) dengan judul "*Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile en 2009 y 2013*" yang menganalisis empat survei nasional yang berbeda di Chili, menemukan bahwa konsumsi berita melalui media sosial memperkuat kecenderungan seseorang untuk memilih.
5. Penelitian Valenzuela dkk (2009) dengan judul "*Is there Social Capital in a Social Network Site: Facebook use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation*" menemukan hubungan positif antara intensitas penggunaan Facebook dan kepuasan hidup, kepercayaan sosial dan keterlibatan masyarakat.
6. Penelitian Xenos dkk (2014) dengan judul "*The Great Equalizer? Patterns of Social Media use and Youth Political Engagement in Three Advanced Democracies*" merujuk pada intensitas penggunaan politik Media Sosial sebagai alat untuk memprediksi peningkatan keterlibatan politik.
7. Penelitian Bode et al. (2013) dengan judul "*A New Space for Political Behavior: Political Social Networking and its Democratic Consequences*" mengungkapkan hasil positif dari penggunaan Media Sosial. Dalam studi tahun 2013 ini, mereka melangkah lebih jauh dari tahun 2012, dan menunjukkan bahwa platform online seperti Facebook dapat berfungsi dengan baik sebagai alat untuk mendorong keterlibatan politik, berkontribusi

untuk membangun generasi warga negara yang terlibat di masa depan. Potensi penggunaan Media Sosial ini, bersama dengan teori bahwa memilih itu menular, sangat menjanjikan.

8. Penelitian Schmitt-Beck dan Mackenrodt (2010) dengan judul "*Sosial Networks and Mass Media as Mobilizers and Demobilizers: A Study of Turnout at a German Local Election*" menunjukkan bahwa individu yang mengetahui bahwa teman dan keluarga akan pergi ke tempat pemungutan suara akan cenderung lebih mungkin mengikuti mereka.
9. Penelitian Nickerson (2008) dengan Judul "*Is Voting Contagious? Evidence from Two Field Experiments*" menunjukkan bahwa pengaruh interpersonal membentuk perilaku orang - orang yang tinggal dalam rumah tangga yang sama. Oleh karena itu, Media Sosial dapat berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan dan menyebarkan perilaku masyarakat yang positif seperti menjadi sukarelawan, aktivisme, dan perilaku memilih.
10. Penelitian Mariah (2012) dengan judul "*Sosial Media and Voter Participation*" mengklaim bahwa sementara penggunaan Media Sosial secara politis dikaitkan secara positif dengan partisipasi politik, ini tidak boleh dianggap sebagai solusi ajaib untuk sikap apatis dan politik kekecewaan, terutama ketika nada dan jenis informasi yang individu terkena materi, seperti yang diungkapkan oleh Shah et al. (2007) yang mengungkapkan bahwa ketika warga menerima iklan politik negatif, mereka mencari lebih sedikit informasi.
11. Penelitian Shah dkk (2007) dengan judul "*Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model*"

berfokus pada iklan politik negatif dan bukan pada berita palsu atau berita bohong. Temuan mereka dapat menjelaskan dampak kampanye disinformasi. Situs jejaring sosial adalah lingkungan yang subur untuk informasi yang palsu, mengingat kurangnya tinjauan editorial yang dimiliki media tradisional. Meskipun demikian, penelitian ilmiah masih baru lahir. Misalnya, dua studi dari pemilihan yang sama (Amerika Serikat, 2016) memiliki hasil yang mengecil. Sementara Guess, Nyhan dan Reifler menunjukkan bahwa paparan selektif berpengaruh pada konsumsi media sosial, dan orang mungkin mengonsumsi berita palsu yang memperkuat preferensi politik mereka. Studi lain dari Alcott dan Gentzkow telah menemukan bahwa penyampaian informasi dari platform media sosial seperti Facebook, dapat mengubah pandangan politik, sikap atau preferensi politik penggunanya.

12. Penelitian Katz, J. et al dan Barredo et al. (2015) yang berjudul "*La Influencia De Las Redes Sociales En La Intención De Voto. Una Encuesta a Partir De Las Elecciones Municipales De Ecuador 2014*" mengeksplorasi cara Media Sosial memengaruhi politik dari sisi kampanye pemilu, yang mencerminkan kontribusi positifnya terhadap upaya mobilisasi dan penggalangan dana, serta peluang untuk menghasilkan ruang untuk 'mendengarkan' pemilih dan berkomunikasi dengan konstituen. Meskipun demikian, mereka berdua menemukan bahwa sementara peluang ada, komunikasi dua arah antara kandidat dan warga negara bukanlah norma tetapi pengecualian, dan bahwa di beberapa negara seperti Ekuador, pada saat penelitian ini, masalah dan peristiwa politik tidak benar-benar menjadi bagian

dari domain online.

Pada penelitian diatas, terdapat persamaan maupun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Persamaan penelitian pada penelitian terdahulu yakni memiliki kesamaan topik penelitian yakni Media sosial dan partisipasi politik sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.
2. Perbedaan penelitian ini berada pada lokasi dan objek penelitian yang dilakukan yakni masing-masing penelitian dilakukan pada lokasi yang berbeda-beda dengan objek yang berbeda pula. Ada pula faktor dan aktifitas politik dan media sosial.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana hubungan Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan studi analisis hubungan Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020.
2. Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan kontribusi sebagai rekomendasi pengetahuan tentang hubungan Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020.

1.6 Tinjauan Pustaka

Sebuah tinjauan literatur mengenai peran internet dan Media Sosial sebagai alat untuk mendorong demokrasi deliberatif mengungkapkan dua aliran pemikiran: determinisme teknologi optimis atau reaksi pesimistis (Shane, 2004). Di satu sisi, beberapa sarjana percaya bahwa komunikasi online tidak diragukan lagi telah memperluas pertukaran ide, meningkatkan kualitas dan jumlah orang yang berpartisipasi dalam politik, dan mengangkat suara mereka yang paling membutuhkan, seperti minoritas (Dahlgren, 2009). Perubahan ini berarti membuka pintu untuk demokratisasi aksi kolektif dan pengorganisasian politik dengan meratakan struktur birokrasi (Carty, 2010). Selanjutnya pada tahun 2020, Lupu dan rekannya menemukan bahwa warga yang lebih banyak terlibat dalam Media Sosial lebih toleran secara politik dan lebih mendukung demokrasi secara abstrak (Lupu, Noam, et al. 2020). Di sisi yang berlawanan, beberapa sarjana mempercayai bahwa karena dunia online mencerminkan perilaku politik yang terjadi secara offline, struktur kekuasaan mereplikasi media online sebagai

penjaga gerbang. Para sarjana ini juga percaya internet membawa ketidaksetaraan baru ke meja, dan tanpa akses universal, itu tidak dapat dianggap sebagai alat yang benar-benar memperluas partisipasi politik (Margetts, 2011). Studi tahun 2020 yang dilakukan oleh Lupu et. al juga menemukan bahwa pengguna Media Sosial aktif kurang percaya pada lembaga public seperti presiden, kongres, mahkamah agung, pemerintah daerah, media online/ offline, dan pemilu (Lupu, Noam, et al. 2020). Lupu dan rekan – rekannya menghubungkan ketidakpercayaan ini karena banyaknya disinformasi pada proses kampanye, penyampaian berita bohong (*hoax*) yang tersebar di Media Sosial, terutama dalam kampanye dimedia sosial.

Dimensi yang tak terhitung jumlahnya dapat didiskusikan mengenai situs jejaring sosial: ketidakpercayaan, pesan positif vs negatif, kebebasan berbicara, inklusi, kesenjangan digital, di antara banyak lainnya. Untuk tujuan penelitian ini, teori-teori yang ada yang dapat menjelaskan hubungan Media Sosial yang dimanfaatkan untuk informasi politik dan partisipasi politik akan dikaji kembali.

Pertama dan terpenting adalah teori Robert Putnam, yang menyatakan bahwa interaksi sosial dengan keluarga, teman, dan komunitas lokal sebagai anggota '*circle of trust*' berkontribusi untuk membangun modal sosial (putnam, 2000). Ini pada dasarnya berarti bahwa semakin banyak pengetahuan yang diperoleh individu tentang peristiwa/isu politik, semakin tinggi peluang individu tersebut untuk terlibat dalam kegiatan masyarakat dan politik. Kedua, ada tesis mobilisasi

(Abdulrauf-Salau, 2018.) yang menyatakan bahwa praktik komunikasi memiliki efek tidak langsung melalui perolehan pengetahuan politik dan kemandirian politik yang menghasilkan partisipasi (Zuniga, Gil, Abril dan Rojas, 2009). Di sini, para ahli berpendapat bahwa teknologi digital seperti Media Sosial, menciptakan budaya siber (Ayala, 2014) dan memperbesar jaringan sosial individu (Zuniga, Gil, Abril dan Rojas, 2009) karena memfasilitasi interaksi dan diskusi ide di antara orang-orang yang berjauhan satu sama lain dan menyediakan kemampuan untuk mengakses dan bertukar informasi dengan biaya yang lebih rendah (Carty, 2010). Hal ini mengakibatkan peningkatan peluang seseorang terpapar informasi mobilisasi, seperti undangan ke acara komunitas, boikot, protes, pertemuan partai politik, debat, dan lain lain.

Selain itu, karena Media Sosial dianggap sebagai cerminan dari dunia offline kita dan merupakan interaksi antar individu yang kita percayai memfasilitasi transfer informasi dan norma - norma pemilihan, dimungkinkan untuk menegaskan bahwa membangun interaksi politik dan mengonsumsi informasi politik secara online dapat secara efektif mempromosikan suatu informasi politik serta partisipasi dalam bidang non-virtual (Boulianne, 2015).

Beberapa ahli telah melakukan eksperimen dari perspektif yang berbeda. Banyak yang menunjukkan hubungan positif antara penggunaan informasi dan partisipasi politik media online. Rojas, Hernando dan Puig – I - Abril telah menunjukkan bahwa penggunaan informasi dari teknologi komunikasi internet (TIK)

berkontribusi pada bentuk partisipasi yang ekspresif dan memantau pentingnya bahkan ketika interaksi ini tidak melimpah ke domain offline. Demikian pula, mereka menunjukkan bahwa blog adalah bagian penting dari media digital baru karena mereka juga berkontribusi untuk mengakses dan bertukar informasi, serta mendapat perilaku yang menghasilkan atau dengan kata lain variabel keterlibatan politik dalam domain online.

Teresi dan Michelson berkontribusi di bidang ini dengan menunjukkan, melalui latihan terkontrol, bahwa paparan pesan politik melalui Facebook mendorong partisipasi pemilu seperti yang diantisipasi oleh Tolbert dan Mc. Neal (2015) yang menemukan bahwa daerah di mana individu memiliki akses internet dan secara aktif mencari berita online menunjukkan peningkatan partisipasi pemilu, dan warga yang lebih aktif terlibat. Demikian pula, Navia dan Ulriksen (2017) yang menganalisis empat survei nasional yang berbeda di Chili, menemukan bahwa konsumsi berita melalui media sosial memperkuat kecenderungan seseorang untuk memilih.

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1. Penggunaan Media Sosial dan Ekspresi Politik

Informasi adalah kebutuhan yang penting dalam rangka mendorong serta bersikap bagi seseorang, termasuk sikap politik. Semakin banyak informasi yang diperoleh dari media apapun akan semakin besar dampak atau pengaruhnya, baik secara langsung maupun tidak terhadap partisipasi

politik. Media sosial adalah sarana baru untuk masyarakat yang lebih mudah, beragam dan terbuka dari untuk mengakses banyak informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan politik (seperti: akun media dari politisi, berita tentang politik, ruang diskusi politik, dll). Informasi tentang politik yang diakses di internet memberikan banyak peluang untuk masuk dan ikut terlibat dalam mengungkapkan isu-isu politik. (Kushin dan Yamamoto, 2010).

Menurut Aishat, Ishak dan Norsiah (2015) *cognitive enagement theory* adalah individu dengan pengetahuan politik yang banyak atau tinggi maka sangat mungkin untuk aktif dan terlibat dalam kegiatan politik. Pengetahuan tentang politik menjadi kunci untuk meningkatkan partisipasi politik secara online. Pengetahuan politik yang tinggi akan menekankan bahwa informasi adalah instrumen akuntabilitas yang baik untuk partisipasi politik online dengan pemahaman dan pengetahuan tentang politik, kepentingan politik, dan kepuasan kinerja maupun kebijakan. Singkatnya, *cognitive enagement theory* menganggap bahwa pengetahuan tentang politik yang didapat dari media sosial akan meningkatkan pengetahuan dan semangat untuk berekspresi secara politik dan meningkatkan partisipasi politik secara *online*.

Interaksi sosial di media sosial akan berperan dalam tingkat ekspresi politik dan partisipasi politik. Identitas individu akan berguna untuk membuat

hubungan baru di antara pengguna media sosial, konsep ini disebut *technologies of sosial saturation*. Teori ini memberikan penjelasan bahwa individu yang memiliki banyak bagian dalam dirinya yakni berupa sikap, paradigma atau cara pandang, tujuan, ini yang disebut oleh Gergen (dalam Kelly Anne Hirsch, 2014) adalah *multiplhernia*. Individu merupakan internalisasi dari hubungannya dengan individu lain baik secara langsung maupun tidak langsung atau melalui media sosial. Proses internalisasi ini akan memberikan sikap lain dan digunakan pada situasi tertentu. Pada saat seorang laki-laki menjadi kepala keluarga, mereka memahami apa dan bagaimana perilaku dan yang harus dilakukan secara otomatis. Ini adalah bagian dari akibat interaksi dengan laki-laki yang sudah pernah menikah sebelumnya.

Media sosial adalah ruang di mana kita dapat mengatur banyak dari jenis grup dan kita akan beradaptasi dengan aturan atau nilai dalam grup tersebut (Papacharissi, 2012). Di media sosial, individu dapat bertemu dengan kelompok dengan orientasi politik yang sama. Hasil interaksi tersebut dapat memberikan masukan pada nilai-nilai politik dan menjadi bagian dari nilai baru dalam individu. Perlu dipahami bahwa media sosial memberikan kesempatan yang besar antar individu untuk memahami nilai-nilai politik sebagai bagian dari akibat kegiatan interaksi dengan kelompok orientasi politik yang sama.

Pengaruh media sosial dan Partisipasi Politik juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Homero, Logan dan Pei (2014) ketika mencermati ekspresi politik sebagai media antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik offline dan online, menunjukkan hasil yang positif bahwa ekspresi politik adalah penghubung antara penggunaan media sosial (informasi dan hubungan) untuk offline dan online dengan kebijakan partisipasi. Temuan yang sama juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Skoric, Zhu dan Pang (2015) bahwa penggunaan media sosial untuk informasi, hubungan atau relasi dan ekspresi politik berpengaruh terhadap kegiatan politik *online*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Brian, Alberto dan Homero (2015) memberikan klasifikasi pada penggunaan media sosial untuk akses informasi, hubungan atau reasi dan untuk berekspresi politik, hasilnya adalah ekspresi politik akan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik online. Pada penelitian ini membatasi penggunaan tiga kategori saja dalam penggunaan media sosial, yaitu informasi, relasional atau hubungan, dan ekspresi politik. Hal ini karena ketiga kategori tersebut mempunyai pengaruh dan sama-sama signifikan pada dua penelitian sebelumnya. Ukuran penggunaan media sosial adalah frekuensi untuk tujuan informasional, relasional atau hubungan, dan ekspresif politik.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hongwei Yang (2016), tentang

pengaruh partisipasi politik online melalui penggunaan media sosial pada mahasiswa Amerika pasca Pemilu 2012. Terdapat enam indikator dari partisipasi politik online yang digunakan. Adanya ruang untuk tulisan bagi politisi online, berkampanye secara online, layanan berlangganan pesan politik online. Relawan atau partisipan online, email untuk mengirim pesan politik, surat kabar online untuk menartikel. Dari dua penelitian terdahulu di atas, peneliti mengembangkannya sesuai dengan kondisi di Indonesia.

1.7.2. Ekspresi Politik dan Partisipasi Politik

Ekspresi adalah satu hal yang penting sebelum berubah menjadi sebuah tindakan. Penelitian yang dilakukan oleh Larry Elin (2003) memberikan gambaran bahwa ketika terdapat ruang atau tempat untuk berekspresi baik di tempat offline ataupun *online*, maka akan mendorong individu untuk mengambil sebuah tindakan. Penelitian yang dilakukan oleh Homero, Logan dan Zheng (2014) menjelaskan tentang skema tentang proses ekspresi politik tersalurkan dan berubah menjadi partisipasi politik *online*.

Proses ini memiliki tiga unsur, yaitu mengungkapkan perasaan, mengatur dan menyampaikan. Ekspektasi adalah dasar pertimbangan bagi individu terhadap ekspresi politik bahkan proses ini sudah dimulai saat sebelum ekspresi tersebut dijabarkan. Individu akan memprediksi tanggapan dari orang terhadap apa yang akan disampaikan. Hal ini juga terjadi pada proses

penyusunan hal-hal yang akan disampaikan, pada saat proses berlangsung, individu akan mampu memperoleh pemahaman baru tentang apa saja yang akan disampaikannya. Pesan atau informasi yang berhasil disampaikan akan memperkuat pendapat dan komitmen yang telah disampaikan. Hal ini dapat mendorong ucapan atau tanggapan menjadi partisipasi karena terdapat penghargaan dalam individu ketika pesan atau suaranya didengar oleh banyak orang. Media sosial adalah kunci karena dapat menjadi ruang dengan pola yang lebih baik.

Analisis ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Rovazio Okiiza (2017) penelitian ini memberikan bukti bahwa ekspresi politik *online* berpengaruh secara signifikan kepada partisipasi politik *online* pada generasi muda pada Pilkada DKI Jakarta. Penelitian lain yang dilakukan oleh Homero dan Logan (2014) juga memberikan bukti bahwa ekspresi tentang politik telah berhasil sebagai media antara penggunaan sosial media dengan partisipasi politik *online* dan *offline*.

1.7.3. Pilkada Kabupaten Pemalang tahun 2020

Berdasarkan data administratif, Kabupaten Pemalang terdiri dari 14 kecamatan, yang terbagi atas sejumlah desa dan kelurahan. Pusat pemerintahan berada di Kecamatan Pemalang, kecamatan-kecamatan tersebut adalah Pemalang, Taman, Petarukan, Ampelgading, Comal, Ulujami, Bodeh, Watukumpul, Belik, Pulosari, Moga, Warungpring,

Randudongkal dan Bantarbolang.

Tabel 1.1 Jumlah Desa, Dusun, RT RW di Kab. Pemalang

Kecamatan	Desa/ Kelurahan	Dukuh	RW	RT
Moga	10	28	59	305
Warungpring	6	36	31	179
Pulosari	12	42	55	291
Belik	12	46	85	137
Watukumpul	15	59	77	348
Bodeh	19	61	81	310
Bantarbolang	17	64	93	361
Randudongkal	18	70	75	494
Pemalang	20	51	186	947
Taman	21	108	177	811
Petarukan	20	76	97	812
Ampelgading	16	53	94	413
Comal	18	67	97	436
Ulujami	18	71	106	505
Kab. Pemalang	222	832	1.313	6.349

Sumber: Dinas P2D Kabupaten Pemalang (2020)

Kabupaten Pemalang merupakan salah satu kabupaten dengan DPT (Daftar Pemilih Tetap) terbanyak di Jawa Tengah. Adapun jumlah DPT Kabupaten Pemalang pada pilkada tahun 2020 yaitu, 1.114.771 jiwa. Dibanding dengan Kabupaten Pekalongan (720.654) dan Kota Pekalongan (244.346) yang melakukan Pilkada Tahun 2020, jumlah DPT Kabupaten Pemalang adalah yang terbanyak. Jumlah DPT yang besar tentu akan berdampak pada tingkat partisipasi yang harusnya tinggi.

Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pemalang, pada pilkada tahun 2020 angka partisipasi pemilihnya adalah 68,5%, sedangkan

pada Pilkada tahun 2015 adalah 60,1%. Angka partisipasi pemilih pada pilkada taun 2020 berarti naik 8,4%. Akan tetapi masih terdapat kecamatan dengan tingkat partisipasi masyarakat dibawah 68% diantaranya, Kecamatan Belik (66%), Kecamatan Moga (64%), Kecamatan Warungpring (62%), Kecamatan Randudongkal (66%), Kecamatan Bantarbolang (64%), sedangkan tingkat partisipasi paling tinggi adalah Kecamatan Pulosari (74%).

1.8 Hipotesis

Hipotesis 1 (H_0): Tidak Ada Hubungan antara media sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020

Hipotesis 2 (H_1): Ada Hubungan antara media sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pemalang Tahun 2020

1.9 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.9.1. Definisi Konseptual

1. Media Sosial WhatsApp dan Facebook

Variabel bebas atau independen pada penelitian ini adalah media sosial WhatsApp dan Facebook. Jumiatmoko (2016) mengatakan, WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya berbagi berbagai jenis konten sesuai dengan kemampuan pendukungnya. WhatsApp juga memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet.

Menurut Jumiatmoko, menurut Pranajaya dan Hendra Wicaksono, WhatsApp merupakan media sosial paling populer yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi. Pada umumnya pengguna WA mengatakan bahwa alasan memilih aplikasi ini karena tersedianya berbagai kemudahan di dalamnya serta tidak membayar biaya apapun atau gratis. (Pranajaya & Hendra Wicaksono, 2017).

Facebook adalah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada Februari 2004 dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Per September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, (The Wall Street Journal (Dow Jones). 4 Oktober 2012.) lebih dari setengahnya menggunakan ponsel. Pengguna harus mendaftar sebelum menggunakan situs ini. Selanjutnya, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk notifikasi otomatis saat memperbarui profil. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan minat yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau karakteristik lainnya, dan mengategorikan teman mereka dalam daftar seperti Rekan Kerja atau Teman Dekat.

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan mahasiswa Universitas Harvard lainnya Eduardo Saverin, Andrew

McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Keanggotaan di situs web ini awalnya terbatas pada mahasiswa Harvard, tetapi kemudian diperluas ke perguruan tinggi Boston lainnya, Liga Ivy, dan Universitas Stanford. Ini secara bertahap menambahkan dukungan untuk siswa di berbagai universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah dan akhirnya siapa pun yang berusia 13 tahun ke atas. Namun, menurut survei Consumer Reports Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah 13 tahun yang memiliki akun Facebook, dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, yang melanggar persyaratan layanan situs. (ConsumerReports.org. May 10, 2011).

WhatsApp dan Facebook memungkinkan untuk berekspresi, dalam bahasa media sosial adalah story atau cerita yang bisa kita bagikan kepada orang lain, atau orang lain dapat membacanya.

2. Partisipasi Politik

Menurut Miriam (2008) Partisipasi politik adalah perwujudan dari pelaksanaan kekuasaan politik oleh masyarakat yang sah. Masyarakat yang berpartisipasi dalam proses pemilu didorong oleh keyakinan bersama kepentingan mereka akan disalurkan dan diperhatikan. Partisipasi politik adalah ciri dari modernisasi politik di dalam suatu negara yang menggunakan sistem demokrasi. Keberhasilan demokrasi pada suatu negara dapat diukur dari seberapa besar tingkat partisipasi

politik warga negaranya. Oleh karena itu, bukan hal yang asing jika setiap negara berusaha secara maksimal untuk meningkatkan partisipasi politik di negaranya dengan berbagai cara.

Pengertian di atas adalah pengertian dari partisipasi politik yang konvensional, bukan pengertian partisipasi politik baru (online). Partisipasi politik online hampir sama dengan partisipasi politik konvensional, hanya ruang kegiatannya berbeda, dalam konteks ini adalah ruang online (Brady, 1999). Artinya adalah perbedaan antara keduanya terletak pada Batasan ruang antara fisik dan maya atau digital.

Dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan yang bersumber dari dua penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eva Anduiza dan Aina Gallego (2010). Mereka mencoba meneliti partisipasi politik dengan media online di negara Spanyol, menganalisa faktor-faktor dari sumber tradisional dan Internet. Indikator partisipasi politik dan media online mereka menggunakan tiga jenis yaitu *e-donation*, *e-contact* dan *e-petition*.

1.9.2. Definisi Operasional

Penelitian ini mengambil definisi operasional dari penelitian Yang dan De Hart (2016) yang berjudul “*Sosial Media Use and Online Political Participation among College Students During The Us Election 2012*”.

Dalam penelitian ini operasionalisasi Variabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Media sosial untuk ekspresi politik, yaitu menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri, mengartikulasikan pendapat, gagasan, dan pemikiran seseorang dalam hal-hal yang bersifat politik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memposting atau membagikan pemikiran politik. 2. Mengomentari postingan politik. 3. Posting pengalaman pribadi tentang politik. 4. Posting foto, video, atau meme tentang isu politik. 5. Mengikuti (followed) akun politisi atau tokoh masyarakat. 6. Berbagi informasi, berita dan ulasan tentang isu-isu politik. 7. Menanggapi komentar Politik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posting pemikiran tentang peristiwa politik nyata di media sosial 2. Mengomentari postingan orang lain terkait isu politik di media sosial. 3. Posting pengalaman pribadi tentang politik di akun media sosial. 4. Memposting foto, video, atau meme tentang isu politik di akun media sosial. 5. Follow/ikuti akun media sosial orang-orang (tokoh masyarakat, politikus, dll) yang sering membahas isu-isu politik. 6. Sharing/berbagi informasi isu politik dengan orang-orang terdekat (sahabat, keluarga, dll) 7. Balas komentar orang tentang politik tersebut
Partisipasi politik, suatu bentuk kegiatan partisipatif yang dapat mempengaruhi struktur pemerintahan, pemilu atau politik yang dilakukan secara online (Brady, 1999; Verba, Schlozman, & Brady, 1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumbangkan uang untuk kampanye. 2. Hubungi pemerintah secara online 3. Menyebarkan opini politik. 4. Posting foto kandidat untuk kampanye 5. Menjadi relawan kampanye. 6. Menyerahkan tulisan- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontribusi uang untuk kampanye ke kandidat secara online/melalui ponsel (E-banking, I-banking, dll.) 2. Hubungi pemerintah atau politisi online (email, dll.) 3. Menyebarkan opini terkait isu politik secara online

	tulisan politik. 7. Diskusikan politik dalam Grup	4. Memposting foto calon atau kepala daerah untuk kampanye online (penyebarluasan foto, hasil, dll) 5. Menjadi relawan/buzzer untuk kampanye online. 6. Mengirimkan artikel terkait isu politik di media online (qureta, geotimes, dll) 7. Diskusikan masalah politik di grup obrolan media sosial
--	--	---

Sumber: Yang, Hongwei and Jean L. DeHart. 2016. "Sosial Media Use and Online Political Participation among College Students During The Us Election 2012".

1.10 Metode Penelitian

1.10.a. Tipe Penelitian

Tipe penelitian menggambarkan Pendekatan penelitian (*research approach*) yang akan digunakan. Pendekatan Penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang meliputi langkah langkah : dari asumsi-asumsi luas hingga metode-metode terperinci dalam pengumpulan, analisis, dan interpretasi data (Cresswel, 2016:3). Tipe penelitian yang dipergunakan adalah tipe penelitian deskriptif kuantitatif.

1.10.b. Ruang Lingkup/ Fokus

Ruang Lingkup penelitian dilakukan di Kabupaten Pematang dengan beberapa variabel penelitian, yaitu:

1. Variabel independen:
 1. Frekuensi penggunaan WhatsApp untuk melihat informasi politik
 2. Frekuensi penggunaan Facebook untuk melihat informasi politik

Tanggapan diklasifikasikan kedalam tiga kelompok yang berbeda, sesuai dengan frekuensi individu melihat konten politik di media sosial:

1. Bukan pengguna
2. Tidak pernah
3. Rendah
4. Tinggi

Klasifikasi ini mengikuti kriteria yang sama dengan penelitian terbaru oleh Lupu et al., yang menganalisis variabel dari Barometer Amerika.

2. Variabel dependen:

Variabel dependen adalah Partisipasi Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pematang Tahun 2020 yang dapat dianalisis menggunakan data Penelitian. Setiap bab mengkaji salah satu variabel berikut: Ekspresi Politik di Media sosial, keterlibatan masyarakat, partisipasi pemilih.

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara konsumsi informasi politik melalui penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Di seluruh dokumen, semua perbandingan dan analisis dimaksudkan untuk merujuk pada penggunaan Media Sosial frekuensi tinggi untuk mengakses dan atau bertukar informasi politik. Penelitian ini berbeda dari yang lain karena bagian penting dari analisis ini adalah cara individu menggunakan Media

Sosial. Oleh karena itu, fokus analisis di setiap bab terdiri dari pengguna yang melihat atau berbagi informasi politik melalui media sosial.

1.10.c. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah Media Sosial dan Partisipasi Politik.

Variabel independen:

1. Frekuensi penggunaan Facebook untuk melihat informasi politik
2. Frekuensi penggunaan WhatsApp untuk melihat informasi politik
3. berbagai jenis perilaku politik yang dapat dianalisis menggunakan data dari hasil penelitian. Setiap bab mengkaji salah satu variabel berikut: ekspresi politik, keterlibatan masyarakat dalam kegiatan politik dan partisipasi pemilih.

1.10.d. Jenis dan Sumber Data

Jenis data kuantitatif ini disajikan dalam bentuk angka dan statistik. Sumber data didalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data dalam sebuah penelitian terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder (Purhantara, 2010).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek

penelitian, dalam penelitian ini data atau informasi diperoleh langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Indriantoro & Supomo, 2011).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak dari data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik biasanya tersedia pada kantor-kantor pemerintahan, biro jasa dan data, perusahaan swasta atau badan lain yang berhubungan dengan pengumpulan data (Daniel, 2002). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari KPUD Kabupaten Pematang dan jurnal publikasi terkait.

1.10.e. Pemilihan Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang dengan metodologi survei telah dilaksanakan dengan teliti baik laki-laki maupun

perempuan. Informan penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Pemalang yang terdaftar di daftar pemilih tetap (DPT) yang sudah ditetapkan oleh KPU Kabupaten Pemalang. Seluruh masyarakat ini adalah populasi yang akan diambil sebagai sampel penelitian. Dengan mempertimbangkan keseimbangan jenis kelamin, maka sampel yang diambil adalah 50% laki-laki dan 50% perempuan. Dalam usia tentunya sesuai dengan peraturan KPU bahwa yang berhak memperoleh hak pilih adalah usia 17 tahun ke atas.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 480 orang; 240 informan laki-laki dan 240 informan perempuan baik pengguna media sosial maupun bukan. Data dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan informan pengguna media sosial maupun bukan pengguna dan lingkungan sosialnya. Data yang telah dikumpulkan berdasarkan pengalaman 480 informan ini, kemudian dipilah sesuai kebutuhan peneliti. Hasil pengumpulan data kemudian disajikan dengan cara deskriptif dan dikategorikan sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini memaparkan temuan penelitian ini berdasarkan deskripsi informan serta kategorisasi temuan dan temuan observasi. Dengan metode sampling *multistage random sampling*, pemilihan informan dilakukan secara acak dan dengan bantuan angka acak random serta perhitungan interval antar keluarga.

1.10.f. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk di Kabupaten

Pemalang pada saat Pilkada tahun 2020 atau disebut juga daftar pemilih tetap (DPT). Teknik Pengambilan Sampel dilakukan dengan Multi Stage Sampling. Ada beberapa syarat yang harus diketahui dan dipenuhi sebelum menggunakan multistage sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Dengan terpenuhinya beberapa syarat tersebut, maka hasil dari pengambilan sampel akan cenderung lebih maksimal.

1. Populasi sample cukup homogen
2. Jumlah populasi yang sangat besar
3. Populasi menempati daerah atau domain yang sangat luas
4. Tidak tersedia kerangka sampel yang bisa memuat unit-unit yang terkecil atau ultimate sampling unit

Untuk menerapkan multistage sampling dalam proses pengambilan sampel, ada beberapa langkah yang harus dilakukan. Beberapa langkah yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan populasi
2. Menetapkan tingkatan
3. Menghitung besar sampel
4. Mengambil secara acak sejumlah unsur yang ada pada setiap tingkatan
5. Mengambil sampel secara acak sesuai besar sampel di tingkat terakhir

Populasi dalam survey ini diambil dari jumlah daftar pemilih tetap (DPT) Kabupaten Pemalang dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati

Kabupaten Pemalang tahun 2020. Berdasarkan data yang dihimpun dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Kabupaten Pemalang jumlah DPT pada Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Pemalang tahun 2020 adalah sebanyak 1.106.017 penduduk.

Ukuran sampel berdasarkan DPT atau populasi, mengutip rumus slovin dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

n= besar sampel

N= ukuran populasi atau jumlah elemen dalam populasi

e= nilai presisi atau tingkat signifikansi yang telah ditentukan.

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$n = \frac{1.106.017}{1 + (1.106.017(0,05^2))} = 400$$

Data yang didapatkan dari populasi jumlah pemilih tetap pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Pemalang tahun 2020 adalah 1.106.017, maka ukuran sampelnya berdasarkan perhitungan diatas adalah 400 sampel atau responden, akan tetapi dengan pertimbangan jumlah sampel tiap desa terpilih adalah 20 orang maka Ukuran Sample dibulatkan menjadi 480 sampel dengan perhitungan dipembahasan selanjutnya yang memungkinkan.

Metode sampling yang digunakan adalah *multistage random sampling*. Secara sederhana, penggunaan metode ini terbilang cukup mudah untuk dipahami dan diaplikasikan. Metode multistage random sampling ini, dijalankan dengan beberapa jenjang pemilihan responden penelitian.

Pemilihan responden dalam survei ditentukan dengan penjenjangan variabel tertentu, contohnya, lokus penelitian secara bertahap. Semisal mulai dari tingkat Kecamatan, Kelurahan, Rukun Warga (RW), Rukun Tetangga (RT), hingga menentukan responden dalam satu keluarga.

Dari masing-masing tahapan tersebut, pemilihan lokus dan juga responden dilakukan secara acak (random) dengan bantuan angka acak, sesuai jumlah yang telah ditentukan, dengan asumsi semua daerah (maupun responden) memiliki potensi keterpilihan yang sama. Setelah semua dijalankan, maka proses pengambilan data kepada responden sudah bisa dilaksanakan.

Tabel 1. 3 Sampling Desa dan Jumlah Responden

No	Kecamatan	Jml Desa	DPT	Sampel	Desa Sampel	JML Sampel
1	Comal	18	70.593	26	2	40
2	Ampelgading	16	56.486	20	1	20
3	Pemalang	20	146.730	53	3	60
4	Ulujami	18	85.252	31	2	40
5	Bodeh	19	47.874	17	1	20
6	Taman	21	138.020	50	3	60
7	Petarukan	20	127.402	46	3	60
8	Watukumpul	15	56.872	21	1	20
9	Belik	12	89.160	32	1	20
10	Moga	10	55.474	20	1	20
11	Warungpring	6	33.984	12	1	20

12	Randudongkal	18	86.056	31	2	40
13	Bantarbolang	17	65.548	24	2	40
14	Pulosari	12	46.566	17	1	20
Jumlah		222	1.106.017	400	24	480

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

Sebagai panduan jumlah Desa RW dan RT Terpilih apabila setiap desa dibulatkan 20 Sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4 Sampling Jumlah RT sampel

No	Kecamatan	Jml Desa	Desa Terpilih	Jml RW Terpilih	Jml RT Terpilih	Sampel Per RT	JML Sampel
1	Comal	18	2	4	4	10	40
2	Ampelgading	16	1	2	2	10	20
3	Pemalang	20	3	6	6	10	60
4	Ulujami	18	2	4	4	10	40
5	Bodeh	19	1	2	2	10	20
6	Taman	21	3	6	6	10	60
7	Petarukan	20	3	6	6	10	60
8	Watukumpul	15	1	2	2	10	20
9	Belik	12	1	2	2	10	20
10	Moga	10	1	2	2	10	20
11	Warungpring	6	1	2	2	10	20
12	Randudongkal	18	2	4	4	10	40
13	Bantarbolang	17	2	4	4	10	40
14	Pulosari	12	1	2	2	10	20
Jumlah		222	24	48	48		480

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

Setelah dilakukan sampling dengan bantuan angka acak, berikut ini adalah data Sampel Desa Terpilih disetiap kecamatan untuk penelitian:

Tabel 1.5 Desa Terpilih untuk Penelitian

No	Kecamatan	Sampling Desa	Desa Terpilih		
1	Comal	2	Gandu	Purwosari	
2	Ampelgading	1	Sidokare		
3	Pemalang	3	Pelutan	Sugihwaras	Kebondalem
4	Ulujami	2	Blendung	Pagergunung	
5	Bodeh	1	Karangbrai		
6	Taman	3	Pedurungan	Asemdayong	Gondang
7	Petarukan	3	Petarukan	Kendalsari	Pegundan
8	Watukumpul	1	Jojogan		
9	Belik	1	Gombang		
10	Moga	1	Banyumudal		
11	Warungpring	1	Mereng		
12	Randudongkal	2	Banjaranyar	Kejene	
13	Bantarbolang	2	Kebongede	Bantarbolang	
14	Pulosari	1	Pulosari		
Jumlah		24 Desa			

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

Selanjutnya dilakukan pemilihan RW terpilih dan RT terpilih di Desa Terpilih tiap Kecamatan. Setelah dilakukan sampling dengan bantuan angka acak, berikut ini adalah data Sampel RW dan RT Terpilih disetiap Desa terpilih ditiap kecamatan untuk penelitian:

1. Jumlah RW dan RT di Desa Terpilih

Tabel 1.6 Jumlah RW dan RT Di Desa Terpilih

No	Kecamatan	Desa Terpilih	Jml RW	Jml RT
1	Comal	Gandu	5	15
		Purwosari	21	50
2	Ampelgading	Sidokare	6	29
3	Pemalang	Pelutan	12	81
		Sugihwaras	16	48
		Kebondalem	12	46
4	Ulujami	Blendung	9	28
		Pagergunung	6	29
5	Bodeh	Karangbrai	5	17
6	Taman	Pedurungan	16	57
		Asemtoyong	13	63
		Gondang	4	21
7	Petarukan	Petarukan	16	113
		Kendalsari	6	40
		Pegundan	8	62
8	Watukumpul	Jojogan	5	23
9	Belik	Gombong	5	46
10	Moga	Banyumudal	10	83
11	Warungpring	Mereng	9	37
12	Randudongkal	Banjaranyar	6	21
		Kejene	6	37
13	Bantarbolang	Kebongede	6	24
		Bantarbolang	7	48
14	Pulosari	Pulosari	10	41

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

2. RW dan RT terpilih sebagai sampel di Desa Terpilih

Tabel 1.7 RW dan RT terpilih sebagai sampel di Desa Terpilih

No	Kecamatan	Desa Terpilih	RW Terpilih	RT Terpilih	Jumlah Sampel	
					L	P
1	Comal	Gandu	1	2	5	5
			3	3	5	5
		Purwosari	3	1	5	5
			14	2	5	5
2	Ampelgading	Sidokare	3	2	5	5
			6	2	5	5
3	Pemalang	Pelutan	3	3	5	5
			9	5	5	5
		Sugihwaras	7	4	5	5
			16	3	5	5
		Kebondalem	1	3	5	5
			6	2	5	5
4	Ulujami	Blendung	4	1	5	5
			7	1	5	5
		Pagergunung	2	3	5	5
			5	2	5	5
5	Bodeh	Karangbrai	1	3	5	5
			3	4	5	5
6	Taman	Pedurungan	4	2	5	5
			15	1	5	5
		Asemtoyong	5	2	5	5
			13	4	5	5
		Gondang	2	3	5	5
			3	1	5	5
7	Petarukan	Petarukan	6	6	5	5
			15	5	5	5
		Kendalsari	1	2	5	5

			4	4	5	5
		Pegundan	3	4	5	5
			5	2	5	5
8	Watukumpul	Jojogan	2	3	5	5
			5	2	5	5
9	Belik	Gombang	3	5	5	5
			5	2	5	5
10	Moga	Banyumudal	3	1	5	5
			8	3	5	5
11	Warungpring	Mereng	3	2	5	5
			8	1	5	5
12	Randudongkal	Banjaranyar	1	3	5	5
			3	2	5	5
		Kejene	3	3	5	5
			6	1	5	5
13	Bantarbolang	Kebongede	1	2	5	5
			5	2	5	5
		Bantarbolang	3	5	5	5
			6	1	5	5
14	Pulosari	Pulosari	4	3	5	5
			9	2	5	5

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

Setelah didapatkan Desa terpilih, selanjutnya dengan bantuan angka acak akan memilih RW dan RT mana yang terpilih sebagai sampling dan setelah didapatkan RW dan RT terpilih di masing-masing desa terpilih, maka akan dipilih 10 sampel setiap RT dengan komposisi 5 sampel laki-laki, 5 sampel perempuan dengan menggunakan data KK di RT tersebut dan dipilih secara random menggunakan data KK yang akan menjadi

sampel dengan bantuan angka acak dan perhitungan interval, dengan menggunakan bantuan kish gird, baru kemudian menentukan siapa nama atau orang yang akan dijadikan sampel dalam penelitian tersebut untuk dilakukan wawancara.

Lokasi penelitian adalah di RT, RW dan Desa terpilih yang sudah melalui metode *multistage random sampling* dengan gambaran sebagai berikut:

Tabel 1.8 Deskripsi Lokasi Penelitian

No	Kecamatan	Desa	RW	RT	Deskripsi
1	Comal	Gandu	1	2	Rural, 42 KK
			3	3	Rural, 37 KK
		Purwosari	3	1	Rural, 47 KK
			14	2	Rural, 41 KK
2	Ampelgading	Sidokare	3	2	Rural, 34 KK
			6	2	Rural, 41 KK
3	Pemalang	Pelutan	3	3	Urban, 64 KK
			9	5	Urban, 61 KK
		Sugihwaras	7	4	Rural, 57 KK
			16	3	Rural, 62 KK
		Kebondalem	1	3	Urban, 54 KK
			6	2	Urban, 58 KK
4	Ulujami	Blendung	4	1	Rural, 31 KK
			7	1	Rural, 34 KK
		Pagergunung	2	3	Rural, 36 KK

			5	2	Rural, 40 KK
5	Bodeh	Karangbrai	1	3	Rural, 31 KK
			3	4	Rural, 32 KK
6	Taman	Pedurungan	4	2	Rural, 38 KK
			15	1	Rural, 31 KK
		Asemdayong	5	2	Rural, 41 KK
			13	4	Rural, 43 KK
		Gondang	2	3	Rural, 33 KK
			3	1	Rural, 35 KK
7	Petarukan	Petarukan	6	6	Rural, 49 KK
			15	5	Rural, 47 KK
		Kendalsari	1	2	Rural, 33 KK
			4	4	Rural, 30 KK
		Pegundan	3	4	Rural, 32 KK
			5	2	Rural, 30 KK
8	Watukumpul	Jojogan	2	3	Rural, 31 KK
			5	2	Rural, 29 KK
9	Belik	Gombong	3	5	Rural, 37 KK
			5	2	Rural, 41 KK
10	Moga	Banyumudal	3	1	Rural, 42 KK
			8	3	Rural, 41 KK
11	Warungpring	Mereng	3	2	Rural, 32 KK
			8	1	Rural, 30 KK
12	Randudongkal	Banjaranyar	1	3	Rural, 30 KK
			3	2	Rural, 28 KK
		Kejene	3	3	Rural, 41 KK
			6	1	Rural, 37 KK
13	Bantarbolang	Kebongede	1	2	Rural, 27 KK
			5	2	Rural, 29 KK
		Bantarbolang	3	5	Rural, 41 KK
			6	1	Rural, 46 KK

14	Pulosari	Pulosari	4	3	Rural, 30 KK
			9	2	Rural, 33 KK

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

1.10.g. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan kebutuhan analisa hubungan media sosial dan Partisipasi Politik pada pilkada kabupaten Pemalang tahun 2020.

Tabel 1.9 Instrumen Penelitian

Operasional Variabel	Instrumen Pertanyaan
IDENTITAS	
Nama	Nama Responden
No HP	Nomor Hp
Jenis Kelamin	Perempuan=0 Laki-laki=1
Umur	17 th - 25 th=1 26 th - 35 th=2 36 th - 45 th=3 46 th - 60 th=4 > 61 th=5
Pekerjaan	Apa Pekerjaan Saudara? Tidak Bekerja=0 Petani/ Peternak=1 Pedagang=2 Buruh / Karyawan=3 Tenaga Kontrak/ Honorer=4 Nelayan=5 Pelajar/ Mahasiswa=6
Kedudukan Dalam Keluarga	Apa kedudukan Saudara dalam Keluarga? KK=1

	Istri=2 Anak=3
Pendidikan Terakhir	Apa Pendidikan Terakhir Saudara? Tidak Tamat SD/ Sederajat=0 SD/ Sederajat=1 SMP/ Sederajat=2 SMA/ Sederajat=3 S1=4 S2/ S3=5
Rata-Rata Penghasilan Per Bulan	Berapa Rata-Rata Penghasilan Per Bulan Saudara? Kurang dari 1.000.000=1 1.000.000 - 2.000.000=2 2.000.000- 4.000.000=3 4.000.000 - 6.000.000=4 Lebih dari 6.000.000=5
Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan	Berapa Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan Saudara? Kurang dari 1.000.000=1 1.000.000 - 2.000.000=2 2.000.000- 4.000.000=3 4.000.000 - 6.000.000=4 Lebih dari 6.000.000=5
Aktifitas Organisasi	Apa Aktifitas Organisasi Saudara? Tidak Menjawab =0 NU=1 Muhamadiyah=2 Pemuda Pancasila=3 PSHT=4 Linduaji=5 Yang lain =6
Kecenderungan Politik	Apa Kecenderungan Politik Saudara? Tidak Menjawab=0 PDI-P=1 PKB=2 Golkar=3 Gerindra=4 PPP=5 PKS=6 Demokrat=7 Nasdem=8 PAN=9 HANURA=10 Perindo=11 Tidak Menjawab=0
KEPEMILIKAN HP DAN AKUN MEDSOS	
Kepemilikan HP	Apakah Saudara Memiliki Handphone?

	YA=1 Tidak=0
HP Smartphone	Jika Ya, Apakah Handpone Saudara termasuk Smartphone? YA=1 Tidak=0
Aplikasi Medsos	Apakah HP Saudara Terpasang Aplikasi Media Sosial? YA=1 Tidak=0
Akun Media Sosial a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Memiliki Akun Media Sosial? YA=1 Tidak=0
INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	
Intensitas Membuka Medsos a. WhatsApp b. Facebook	Seberapa Sering Saudara Membuka? Setiap Hari (Sering)=1 Tidak Setiap Hari (Jarang)=0
Lama Waktu Membuka Medsos (Jam) a. WhatsApp b. Facebook	Pada Jam Berapa Saudara Paling Lama Membuka? 05.00-08.00=1, 08.00-12.00=2, 12.00-14.00=3, 14.00-17.00=4, 17.00-19.00=5, 19.00-22.00=6, 22.00-04.00=7, 04.00-05.00=8, Tidak Punya=0
Medsos Dalam Hari a. WhatsApp b. Facebook	Berapa Jam Dalam Sehari Saudara Membuka? Kurang dari 1 jam=1, 1-4 jam=2, 4-8 jam=3, lebih dari 8 jam=4, Tidak Punya=0
MEDIA SOSIAL UNTUK EKSPRESI POLITIK	
Tergabung dalam Grub a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Tergabung dalam Grub Salah Satu Paslon Pada Pilkada Pemalang 2020? YA=1 Tidak=0
Admin Grub a. WhatsApp b. Facebook	Jika Ya, Apakah Saudara termasuk Admin Grub Salah Satu Paslon Pada Pilkada Pemalang 2020? YA=1 Tidak=0
Alasan Gabung Grub a. WhatsApp b. Facebook	Apa Alasan Saudara tergabung dalam Grub Salah Satu Paslon Pada Pilkada Pemalang 2020? Pengurus Partai Politik=1, Tim Sukses Paslon=2, Keluarga/ Saudara Paslon=3, Teman Dekat Paslon=4, Diajak Salah Satu Keluarga/ Saudara Paslon=5, Diajak Salah satu Teman Dekat Paslon=6, Tergabung Dalam Relawan Parpol=7, Tidak=0
Intensitas Membuka Grub a. WhatsApp b. Facebook	Seberapa Sering Saudara Membuka Grub Salah Satu Paslon Pada Pilkada Pemalang 2020 Tersebut? Sering=1, Jarang=0
Kektifan di Grub a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Pernah berkomentar atau memposting dalam Grub Salah Satu Paslon Pada Pilkada Pemalang 2020 Tersebut?

	Sering=1, Jarang=0
Pemahaman isi Diskusi Grub a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Memahami dan Mencari Tahu isi Diskusi dalam Grub Politik Tersebut? YA=1 Tidak=0
Melihat Postingan Paslon yang didukung a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Pernah Melihat dan Membaca Postinga Paslon yang didukung? YA=1 Tidak=0
Ketertarikan Postingan Paslon yang didukung a. WhatsApp b. Facebook	Jika Pernah, Apakah Saudara tertarik dan mencoba mencari Tahu maksud postingan tersebut? YA=1 Tidak=0
Repost Postingan Paslon yang didukung a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Pernah memposting Status/ Story yang berkaitan dengan paslon yang didukung? YA=1 Tidak=0
Intensitas Upload Status a. WhatsApp b. Facebook	Jika Pernah, Seberapa Sering Saudara memposting Status/ Story yang berkaitan dengan paslon yang didukung? Sering=1, jarang=0
Melihat postingan Paslon lain a. WhatsApp b. Facebook	Apakah Saudara Pernah Melihat dan Membaca Postinga Paslon Lain? YA=1 Tidak=0
Ketertarikan Postingan Paslon lain a. WhatsApp b. Facebook	Jika Pernah, Apakah Saudara tertarik dan mencoba mencari Tahu maksud postingan Paslon Lain tersebut? YA=1 Tidak=0
PARTISIPASI POLITIK PILKADA PEMALANG 2020	
Isu Sosial a. Peduli/ Tertarik b. Mengetahui Tentang c. Pernah Mendiskusikan langsung tentang d. Pernah Mendiskusikan dimedsos Tentang e. Tahu Cara Menyuarakan Tentang	Apakah Saudara _____ Tentang Isu Sosial? YA=1 Tidak=0
Pertemuan Politik	Apakah Saudara pernah menghadiri acara pertemuan politik pada Pilkada Pemalang 2020? YA=1 Tidak=0

Pemasangan APK	Apakah Saudara Pernah membantu Proses Pemasangan APK (Alat Peraga Kampanye) pada Pilkada Pemalang 2020? YA=1 Tidak=0
Status Politik	Pada Pilkada Pemaang 2020, Apakah Saudara Termasuk? Pengurus Partai Politik=1 Tim Sukses Paslon=2 Keluarga/ Saudara Paslon=3 Teman Dekat Paslon=4 Salah Satu Keluarga/ Saudara Paslon=5 Salah satu Teman Dekat Paslon=6 Tergabung Dalam Relawan Parpol=7 Tidak diantaranya=0
Popularitas calon a. HM. Agus Sukoco-H. Eko Priyono b. Mukti Agung Wibowo-Mansur Hidayat c. Iskandar Ali Syahbana, ST- Akhmad Aguswardana	Apakah Saudara Kenal/ Tidak Kenal Paslon? Ya=1 Tidak=0
Ketertarikan calon a. Agus Sukoco-Eko Priyono b. Mukti Agung W- Mansur Hidayat c. Iskandar Ali S - Akhmad Awe	Apakah Saudara Suka/ Tidak Suka terhadap Paslon? YA=1 Tidak=0
Pengetahuan Profil Calon a. Agus Sukoco-Eko Priyono b. Mukti Agung W- Mansur Hidayat c. Iskandar Ali S - Akhmad Awe	Apakah Saudara Tahu Profil terhadap Paslon? YA=1 Tidak=0
Mencari tahu Profil Calon a. Agus Sukoco-Eko Priyono b. Mukti Agung W- Mansur Hidayat c. Iskandar Ali S - Akhmad Awe	Apakah Saudara Mencari Tahu Profil terhadap Paslon dengan menggunakan Media Sosial? YA=1 Tidak=0

Golput	Apakah Saudara Pernah Tidak Menggunakan Hak Pilihnya YA=1 Tidak=0
Menggunakan hak pilih	Apakah Saudara Menggunakan Hak Pilihnya Pada Pilkada 2020? YA=1 Tidak=0
Alasan Memilih Paslon	Jika Ya, Apa Alasan Saudara Memilih Salah Satu Paslon Tersebut? Tertarik Programnya=1 Tertarik Profile Calon=2 Kenal Dekat Keluarga/ Saudara/ Teman Paslon=3 Kenal Dekat dengan Keluarga Paslon=4 Kenal Dengan Paslon=5 Dipengaruhi Keluarga=6 Dipengaruhi Teman/ Tim Sukses/ Tokoh=7 Karena Diberi Imbalan=8 Tidak Memilih=0
Pilihan Paslon	Siapa Paslon yang Saudara Pilih? Agus Sukoco-Eko Priyono=1 Mukti Agung Wibowo-Mansur Hidayat=2 Iskandar Ali Syahbana-Akhmad Aguswardana=3 Tidak Memilih=0
Keterpengaruhan pemilihan Paslon	Siapa yang dapat Mempengaruhi Pilihan Saudara? Keluarga=1 Tokoh Masyarakat=2 Ulama=3 Tim Sukses=4 Yang lain=5

Sumber: Data Hasil Penelitian (2020)

1.10.h. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner survei. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini penelitian ini memberikan kuesioner tertutup, artinya responden hanya menjawab sesuai jawaban yang ada pada pilihan.

1.10.i. Teknik Analisis Data

Model regresi logistik dilakukan untuk memprediksi apakah tingkat partisipasi politik meningkat karena individu lebih terpapar informasi politik melalui WhatsApp dan Facebook. Adapun model regresi untuk setiap jenis kegiatan (yaitu, ekspresi politik, Pertemuan Politik, Pemasangan Alat Peraga Kampanye atau APK dan Menggunakan Hak Pilih), dan dua situs jejaring sosial WhatsApp dan Facebook yang dianalisis di Kabupaten Pematang Jaya.

Penggunaan regresi logistik dipilih dari pada metode lain karena variabel dependen semuanya dikotomis. Dasar dalam semua model adalah individu yang tidak pernah menggunakan platform untuk melihat informasi politik. Model tidak membandingkan non-pengguna vs pengguna karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi efek dari frekuensi paparan informasi politik, bukan hanya penggunaan platform sosial.

1.11 Sistematika Tesis

1. Bagian Awal memuat: Pendahuluan dan Gambaran Umum Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pematang Jaya Tahun 2020
2. Bagian Isi memuat: Hasil Penelitian Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat dan Analisis Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Kabupaten Pematang Jaya Tahun 2020.
3. Bagian Penutup Memuat: Simpulan, saran dan Daftar Pustaka memuat

sumber-sumber yang dirujuk oleh penelitian ini.