

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilu merupakan salah satu bentuk penyelenggaraan pemilihan umum untuk mengakui kedaulatan rakyat. Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2017 tentang Pemilu dijelaskan bahwa Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dan dilaksanakan dengan mengikuti asas Kepemiluan yaitu asas langsung, asas umum, asas bebas, asas jujur, dan asas adil atau disingkat “luberjurdil” dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945. Kualitas Pemilu yang baik setidaknya ditentukan dengan terpenuhinya penyelenggaraan Pemilu yang jujur, adil, bebas, rahasia, damai, dan demokratis. Pemilu serentak tahun 2024 merupakan salah satu tonggak penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia. Pemilu tahun 2024 dilaksanakan secara serentak untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden; Dewan Perwakilan Daerah (DPD); Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) di tingkat pusat, provinsi, dan Kabupten/kota.

Dalam ranah Pemilu, tujuan utamanya adalah mewujudkan sebuah pola kekuasaan tanpa menggunakan cara kekerasan sehingga tercapainya hak pilih universal (*Universal Suffrage*) yang berlaku pada seluruh warga negara secara universal yang memastikan hak pilih yang dimiliki warga dapat tersalurkan dengan baik melalui tahapan Pemilu. Konsep *Universal Suffrage* menjamin

bahwa setiap individu tanpa diskriminasi berdasarkan ras, gender, status sosial, atau lokasi geografis memiliki hak yang setara untuk berpartisipasi dalam proses politik (Beckman, 2008). Konsep ini berakar pada gagasan tentang kesetaraan dan inklusivitas politik yang mencakup seluruh lapisan masyarakat (Pearse, 2024). Masyarakat yang beragam sering kali kesulitan untuk mengintegrasikan berbagai kelompok budaya dan agama ke dalam kerangka demokrasi yang kohesif. Negara harus menyeimbangkan aspirasi berbagai kelompok sekaligus mempromosikan kesetaraan dan kohesi sosial (Kapai, 2012). Hak pilih universal di Indonesia ditetapkan setelah negara tersebut merdeka dari penjajahan Belanda pada tahun 1949. Hal ini menandai dimulainya politik elektoral dengan hak pilih universal, yang memungkinkan semua warga negara memiliki hak untuk memilih (Erman, 2024).

Di era yang ditandai dengan konektivitas digital dan penyebaran informasi yang belum pernah terjadi sebelumnya, pengaruh media sosial terhadap keterlibatan politik telah muncul sebagai bidang yang penting (Boulianne, 2020; Fujiwara et al., 2024; Lam et al., 2021). Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia, menempati peringkat ketujuh sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak. Negara ini telah mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna internet selama bertahun-tahun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa 77,02% penduduk Indonesia atau sekitar 210 juta jiwa telah terhubung dengan internet (Kenza Radhya Ersya Atmawijaya et al., 2023). Sebagian besar pengguna internet di Indonesia aktif di platform media sosial. Misalnya, pada tahun 2018,

dari 132,7 juta pengguna internet, 131 juta di antaranya adalah pengguna Facebook (Watrianthos, 2019). Setiap orang di Indonesia kurang lebih memiliki dua aplikasi media sosial di setiap perangkat yang dimilikinya. Dalam pelaksanaan Pemilu di Indonesia tahun 2024, peran media sosial, merupakan sesuatu yang tidak dapat dipungkiri bahwa kehadirannya menjadi unsur penting dalam proses berjalannya demokrasi karena media sosial dapat menunjang kebebasan berpendapat dan kebebasan pers (*freedom of expression* dan *freedom of press*); termasuk kebebasan untuk memperoleh akses Informasi.

Media sosial kini menjadi salah satu platform utama yang digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi, berinteraksi, serta mengekspresikan pendapat (Santoso, 2024). Di Indonesia, penetrasi media sosial yang semakin massif, khususnya dikalangan generasi media, menyebabkan perubahan pola komunikasi politik dan perilaku memilih. Penggunaan media sosial yang signifikan tidak hanya mempermudah akses informasi politik, tetapi juga menimbulkan ketergantungan yang berpotensi memengaruhi sikap dan keputusan pemilih pada Pemilu (Olaniran & Williams, 2020). Ketergantungan pada media sosial sebagai sumber utama khususnya dalam konteks Pemilu disebabkan oleh beberapa faktor kunci yang membuatnya lebih menarik, mudah diakses, dan berpengaruh dibandingkan sumber informasi tradisional.

Dalam hal ini aksesibilitas dan jangkauan yang luas menjadi faktor utama media sosial dapat diakses kapan saja terutama di kalangan muda dan perkotaan yang mungkin kurang terlayani media tradisional. Selain itu media sosial

,emawarkan format multimedia yang menarik pada platform seperti Instagram, TikTok, dan Youtube yang menyediakan video pendek, gambar, serta infografis yang menjadikan informasi politik lebih mudah dicerna dan menarik dibandingkan teks Panjang di koran ataupun di televisi. Faktor lain yang turut memperkuat ketergantungan adalah melalui personalisasi algoritma. Platform seperti Instagram, Facebook, Tiktok menjaikan konten yang sesuai minat pengguna, menciptakan “*echo chamber*” yang memperkuat keyakinan politik. Kecepatan update real-time selama masa kampanye atau peristiwa politik penting membuat pengguna merasa lebih terhubung dan terinformasi(Biswas et al., 2014a). Ketergantungan ini terjadi karena media sosial memenuhi kebutuhan informasi modern yang tidak sepenuhnya dipenuhi media tradisional.

Media sosial secara signifikan meningkatkan keterlibatan politik. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat stimulus untuk persuasi atau hiburan; namun merupakan sistem informasi untuk menjaga, mengubah, atau bahkan menciptakan konflik dalam tatanan masyarakat (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976a). Media dapat secara signifikan memengaruhi posisi ideologis pemilih dan persepsi mereka terhadap posisi partai, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku pemilih (da Silva, 2025). Pemilih memiliki kecenderungan mengonsumsi media yang sejalan dengan keyakinan mereka sebelumnya (Kleinnijenhuis et al., 2020). Konten media sosial termasuk visibilitas liputan berita, memainkan peran krusial dalam memengaruhi dukungan partai dan perpindahan suara. Efek ini khususnya terasa selama kampanye Pemilu (Çarkoğlu & Yıldırım, 2024).

Keterlibatan dengan konten politik di media sosial telah dikaitkan dengan tingkat partisipasi politik yang lebih tinggi. Misalnya, berinteraksi dengan konten kampanye di media sosial dapat secara signifikan meningkatkan kemungkinan pemilih berpartisipasi dalam kegiatan politik (Papagiannidis & Manika, 2016). Masyarakat menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi politik *alternative* yang dapat mempengaruhi perilaku memilih masyarakat (Harahap, 2019). Media memiliki peran utama dalam pemilihan umum dengan menyoroti kampanye dan aktivitas politik yang tengah berlangsung, termasuk informasi mengenai kandidat serta berbagai isu politik (Nasution & Kushandajani, 2019). Politik memiliki keterkaitan yang kuat dengan media, karena salah satu fungsi utama media adalah menyediakan ruang bagi opini publik, terutama terkait isu-isu politik. Keberhasilan media dapat diukur dari kemampuannya dalam membentuk opini publik sesuai dengan arah yang diinginkannya. Oleh karena itu, terdapat hubungan timbal balik antara dunia politik praktis dan media, di mana keduanya saling membutuhkan serta saling memengaruhi (Thamrin et al., 2020).

Dalam Pemilu 2024, tren penggunaan media sosial sebagai alat kampanye tidak hanya terjadi di kalangan kandidat legislatif dan kepala daerah, melainkan juga sangat intensif dalam kontestasi pemilihan presiden. Para calon presiden dan tim suksesnya berlomba-lomba menciptakan narasi, membangun citra, dan memobilisasi dukungan melalui berbagai platform digital. Lebih dari itu, media sosial menawarkan keunggulan dalam hal personalisasi pesan politik, jangkauan audiens yang luas, biaya yang relatif lebih murah dibandingkan kampanye

konvensional, serta kemampuan membangun interaksi dua arah antara kandidat dan pemilih. Kondisi ini menyebabkan pergeseran dalam paradigma komunikasi politik: dari yang sebelumnya bersifat *top-down* dan searah menjadi lebih horizontal dan partisipatif. Melalui media sosial, para kandidat dapat membangun hubungan emosional dengan pemilih, memperkuat identitas politik, hingga membentuk persepsi positif terhadap diri mereka. Fenomena ini menandai terjadinya pergeseran sumber informasi politik dari media konvensional ke media sosial.

Adanya potensi penggunaan sosial media ini berkesinambungan dengan teori bahwa perilaku memilih itu menular dan sangat menjanjikan. Selaras dengan hal tersebut media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan partisipasi pemilih, terutama melalui pesan politik yang bersifat personal dan berulang (Teresi & Michelson, 2015). Artinya pesan dikirim melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi pemilih dengan membangun modal sosial (*Social Capital*). Kecepatan arus informasi melalui media sosial dapat merubah opini masyarakat dalam hitungan detik melalui berita yang berkembang luas dan kemudian mempengaruhi perilaku pemilih dengan menjadikannya pertimbangan pemilih untuk menentukan pilihannya.

Berdasarkan penelitian (Biswas et al., 2014b) media sosial memiliki peranan dan berdampak signifikan terhadap perilaku pemilih. Pemilih menggunakan *platform* media sosial untuk melacak perkembangan politik, yang mana teknologi memainkan peran penting dalam memberikan informasi dalam

waktu yang singkat. Dalam dunia politik, teknologi memiliki dampak yang signifikan karena komunikasi memegang peranan penting. Perkembangan dunia digital memberikan keuntungan bagi politisi dalam melakukan sosialisasi politik dan memperkenalkan kandidat yang memiliki kepentingan politik. Penelitian yang dilakukan oleh Juniarti dkk. (2019) menunjukkan bahwa politisi menggunakan strategi kampanye dengan membangun citra positif melalui unggahan di media sosial Instagram.

Perilaku memilih adalah salah satu topik yang telah banyak diteliti dalam ilmu politik. Studi tentang perilaku konsumen, atau perilaku pemilih, dalam pemasaran politik sering kali dikaitkan tidak hanya dari sudut pandang praktis tetapi juga dari sudut pandang teoritis. Oleh karena itu, memahami proses pengambilan keputusan memberikan manfaat praktis, karena hasil pemilu bergantung pada pemahaman kebutuhan dan keinginan pemilih (O'cass, 2002). Dari sudut pandang teoritis, memahami pengambilan keputusan perilaku konsumen merupakan topik yang banyak diperdebatkan dalam pemasaran (Foxall et al., 2011; Simonson et al., 2001) dan menambahkan pengetahuan tersebut dengan penerapan prinsip-prinsip di bidang lain membuat model dan/atau teori yang digunakan lebih kuat dan lebih didukung. Perilaku konsumen telah menjadi fokus utama dalam berbagai penelitian, dengan perhatian yang diberikan pada karakteristik dan tindakan konsumen untuk memahami konsumsi secara lebih mendalam.

Perubahan perilaku pemilih di era digital, terutama dengan meningkatnya penggunaan media sosial, telah mengubah cara pemilih mencari dan mengevaluasi informasi politik. *Voters* saat ini tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam mencari, memilah, dan mengevaluasi informasi politik yang mereka anggap relevan terhadap preferensi pribadi mereka. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pencarian informasi kampanye politik memiliki pengaruh terhadap perilaku psikologis, sosial, dan personal pemilih (Li & Chan, 2017). Selain itu, keterlibatan pemilih muda juga dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan, kepercayaan, dan diskusi politik yang diperantarai oleh penggunaan media sosial (Glate et al., 2024a). Sebagian besar literatur yang ada lebih menitikberatkan pada konteks pemilih umum atau pemilih muda dalam sistem pemilu wajib seperti di Australia (Winchester et al., 2014), atau pada konteks negara lain seperti Ghana dan Korea Selatan (Kim & Kim, 2022).

Lebih lanjut, studi eksperimental oleh Vössing dan Weber (2017) menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi secara aktif lebih berpengaruh terhadap pembentukan preferensi politik dibandingkan penerimaan informasi secara pasif (Vössing & Weber, 2019a). Hal ini mengindikasikan bahwa cara pemilih memperoleh informasi dapat menjadi variabel mediasi penting dalam menjelaskan variasi perilaku memilih, khususnya dalam konteks pemilih perantauan yang menghadapi tantangan akses dan kualitas informasi politik. Kajian yang secara spesifik mengkaji pemilih perantauan di Indonesia, terutama yang tinggal di kota-kota kecil seperti Salatiga, masih sangat terbatas. Padahal, kelompok ini memiliki karakteristik unik, seperti perpindahan tempat tinggal,

keterbatasan akses informasi lokal, dan tingkat keterlibatan politik yang bervariasi. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi memiliki dampak signifikan terhadap keputusan memilih dan preferensi politik pemilih, terutama di kalangan pemilih muda yang lebih terbuka terhadap penggunaan media sosial dalam mendapatkan informasi politik (Glate et al., 2024a; Kim & Kim, 2022).

Mayoritas penelitian lebih berfokus pada perilaku pemilih secara umum, dengan perhatian yang terbatas pada kelompok-kelompok tertentu yang memiliki karakteristik tertentu. Salah satu segmen yang jarang mendapat perhatian adalah pemilih perantauan, yaitu mereka yang terpisah dari daerah asal mereka namun tetap memiliki peran penting dalam proses pemilu. Penelitian tentang pemilih perantauan di Indonesia, khususnya yang berada di kota-kota kecil seperti Salatiga, masih sangat terbatas meskipun kelompok ini memiliki karakteristik yang berbeda dari pemilih pada umumnya, seperti mobilitas yang tinggi, keterbatasan akses informasi politik lokal, dan keterlibatan politik yang bervariasi (Glate et al., 2024a). Pemilih perantauan, terutama yang terdaftar dengan formulir A5, adalah kelompok pemilih yang aktif berpartisipasi dalam proses pemilu meskipun terpisah jauh dari tempat asalnya. Keberadaan mereka menjadi penting karena mereka menunjukkan partisipasi politik yang signifikan, meskipun melalui prosedur administratif yang lebih kompleks (Shaleh, 2021). Meskipun demikian, pemilih perantauan menghadapi tantangan besar dalam mendapatkan informasi yang relevan karena keterpisahan mereka dari daerah asal dan keterbatasan akses terhadap kampanye lokal. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam

tentang bagaimana pemilih perantauan mencari informasi politik dan bagaimana informasi tersebut mempengaruhi perilaku memilih mereka dalam Pemilu Presiden 2024.

Pemilih perantauan dalam hal ini sering kali mengandalkan jaringan pribadi untuk mendapatkan informasi. Jaringan ini dapat mencakup keluarga, teman, dan sesama warga negara, yang dianggap sebagai sumber yang kredibel dan mudah diakses (Fisher et al., 2004; Grad et al., 2020). Namun, ketergantungan ini dapat menyebabkan "*small-world clustering*," yang membatasi paparan terhadap informasi yang beragam dan menghambat adaptasi sosial yang lebih luas (Grad et al., 2020). Perilaku memilih pemilih perantauan dapat dipengaruhi oleh diskusi dengan anggota keluarga di daerah asal mereka. Mereka yang aktif secara politik dan memiliki informasi tentang politik daerah asal mereka cenderung terlibat dalam diskusi yang persuasif tentang pemungutan suara (Fisher et al., 2005). Dalam hal ini media sosial berfungsi sebagai alat penting untuk memperoleh informasi politik, yang memungkinkan para pemilih untuk terlibat dalam diskusi, berbagi pandangan, dan tetap mendapatkan informasi tentang kandidat dan proses politik (Ahmad et al., 2024; Mannonen & Skippari, 2023). Hal ini khususnya penting bagi para pemilih perantauan yang mungkin mengandalkan *platform* ini untuk tetap terhubung dengan perkembangan politik di daerah asal dan negara rumah mereka.

Pada Pemilu tahun 2019, para pemilih khususnya adalah para pemilih perantauan di Kota Salatiga terutama mahasiswa, media sosial terbukti menjadi

sumber informasi utama mereka terkait Pemilu, termasuk untuk mengakses kampanye calon melalui YouTube dan Instagram, menonton debat capres, serta melakukan pencarian informasi mengenai tata cara pindah memilih seperti formulir A5. Ketergantungan ini menunjukkan peralihan dari saluran resmi seperti KPU ke platform digital yang lebih mudah diakses. Meskipun KPU Kota Salatiga telah melakukan sosialisasi melalui media sosial dan stan di kampus, jangkauannya masih terbatas sehingga banyak pemilih yang tidak menyadarinya dan akhirnya menerima informasi yang tidak lengkap atau tidak valid. Kondisi ini memicu perilaku pencarian informasi yang bersifat informal dan swakelola, di mana pemilih bergantung pada diskusi dengan sesama perantau melalui grup Whatsapp dan melakukan pencarian mandiri di media sosial lainnya.

Meskipun terdapat berbagai sumber informasi lain yang dapat memengaruhi perilaku memilih mahasiswa perantau, seperti pengaruh gereja, kelompok etnis, atau diskusi dengan keluarga, peneliti sengaja memfokuskan pada ketergantungan terhadap media sosial sebagai variable kunci mengingat dominannya peran platform digital dalam konteks mahasiswa perantau. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi saluran utama akses informasi politik, tetapi juga lebih mudah diakses dan lebih sering digunakan dibandingkan sumber tradisional seperti institusi keagamaan atau kelompok etnis (Glate et al., 2024b; Saud et al., 2023a). Selain itu, karakteristik mahasiswa perantau yang cenderung terpisah dari lingkungan asal dan memiliki mobilitas tinggi membuat media sosial menjadi alat yang lebih adaptif dan *rel-time* dalam memenuhi kebutuhan informasi politik mereka (Zhang & Gao,

2024a). dengan demikian, meskipun faktor lain seperti identitas kultural atau pengaruh komunitas tetap relevan, ketergantungan pada media sosial dipandang sebagai faktor paling representatif untuk dianalisis dalam konteks perilaku pencarian informasi dan pengambilan keputusan politik mahasiswa perantau di era digital.

Dampak yang dihasilkan terhadap partisipasi signifikan, yakni pemilih yang aktif mencari informasi cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan hak pilih, sementara yang pasif atau tidak terpapar informasi berpotensi golput, yang mana media sosial berperan dalam membentuk preferensi politik melalui paparan konten kampanye dan opini publik. Media sosial memfasilitasi terciptanya dan terpeliharanya jaringan perantauan, yang penting untuk berbagi informasi dan pengalaman terkait partisipasi politik. Jaringan ini dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik di antara para perantau dan komunitas mereka secara signifikan (Batista et al., 2019; Dekker et al., 2016; Obi et al., 2021). Media daring memungkinkan komunikasi transnasional dalam jaringan perantau, mendukung aspirasi dan pengambilan keputusan migrasi dengan menyediakan informasi yang relevan dan menjaga ikatan sosial lintas batas (Aricat, 2015).

Para pemilih perantauan yaitu mahasiswa dan para pekerja perantau dalam Pemilu 2024 masuk pada kategori Daftar Pemilih Tambahan (DPTb) dengan skema pindah Tempat Pemungutan Suara ke daerah tempat merantau. Daftar pemilih tambahan (DPTb) tertuang dalam UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum; kemudian berdasarkan pada PKPU Nomor 11 Tahun 2018

pasal 37 bahwa untuk dapat dimasukan ke dalam DPTb pemilih harus menunjukkan KTP-el atau Surat Keterangan dan salinan bukti telah terdaftar sebagai pemilih dalam DPT di tempat asal kepada PPS atau KPU Kabupaten/kota asal untuk mendapatkan surat pemberitahuan pindah memilih dengan menggunakan formulir model A5 KPU yang akan digunakan untuk memilih di TPS lain paling lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum pemungutan suara. Pada Pemilu tahun 2024, KPU mengatasi dilemma yang dialami para pemilih perantauan melalui penyediaan formulir model A5 yang memungkinkan pemilih melakukan pindah memilih di TPS yang terdekat dengan domisilinya sebagaimana yang telah diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 3 Tahun 2019 tentang Pemungutan dan Perhitungan Suara dalam Pemilu. Dengan adanya formulir A5, pemilih perantau menggunakan 2% kuota yang telah dipersiapkan pada masing-masing TPS. Kuota 2% ini disediakan untuk menanggulangi surat suara yang rusak atau untuk pemilih yang belum terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) termasuk para pemilih perantau yang melakukan pindah memilih menggunakan formulir A5 tersebut.

Di Indonesia pemilih perantau ini menjadi suatu fenomena unik yang masih menyisakan permasalahan terutama dalam penggunaan sistem DAPIL (Sweinstani & Idris, 2017). Bagi pemilih yang melakukan pindah pilih saat Pemilu Legislatif dan karena diberlakukannya sistem dapil yang berlaku untuk pemilu legislatif, maka bagi Pemilih perantau yang telah melakukan pindah TPS dipastikan akan kehilangan suaranya untuk memilih wakil dari daerahnya karena adanya sistem DAPIL. Pemilih Perantau seperti mahasiswa dan pekerja luar kota

sering kali dihadapkan pada keputusan yang kompleks untuk dapat menyalurkan suara mereka pada saat hari pencoblosan, mengingat faktor lokasi, waktu yang terbatas, dan informasi politik yang kurang lengkap.

Kota Salatiga merupakan kota kecil di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas wilayah 54,98 km². Sejarah Salatiga memang erat kaitannya dengan keberagaman dan kedatangan berbagai kelompok pendatang (perantau), menjadikannya kota yang multikultural sejak lama. Pada masa kolonial Belanda pada Abad 18 19, Salatiga menjadi pusat Militer dan Pemerintahan yang mana Salatiga menjadi tempat istirahat dan pusat administrasi penting bagi pejabat Belanda karena iklimnya yang sejuk. Ketika *Vereenigde Oost Inddishe Compagnie* (VOC) berkuasa di Jawa, Salatiga berada di bawah kekuasaan dagang Belanda dan dipandang sangat strategis dalam kegiatan lalu lintas perdagangan dari pedalaman Jawa Tengah ke Pantai Utara Jawa sehingga dijadikan sebagai tempat persinggahan para pedagang. Karena letak Salatiga yang strategis, VOC menjadikan Salatiga sebagai Kota Militer atau Kota Garnisium (Rosa, 2014).

Salatiga dianggap penting oleh VOC karena wilayahnya yang strategis dan berada di jalur Semarang-Surakarta-Magelang (Joglosemar). Semua yang dilakukan VOC tersebut bertujuan untuk kepentingan politik dan juga ekonomi. Pada tahun 1900 di wilayah *bafdeeling* Salatiga terdapat 32 perkebunan swasta dan 20 tahun kemudian meningkat menjadi 81 perkebunan swasta yang meliputi kebun kopi, karet, coklat, kapas, kina, rempah-rempah, tembakau, gandum, dan sayuran (Susanto & Sumargono, 2021). Perkebunan di lereng Gunung Merbabu

seperti daerah kalitaman, Cebongan menarik migran besar- besaran dari Jawa Timur dan Jawa Tengah lainnya. Dibukanya perkebunan tembakau dan kopi di sekitar Salatiga pada abad ke 19 membutuhkan banyak tenaga kerja. Buruh didatangkan dari berbagai daerah di Jawa Tengah dan Jawa Timur seperti Rembang, Grobogan, Blora, dan Bojonegoro, bahkan ada yang berasal dari luar jawa. Buruh tersebut didatangkan melalui sistem kuli kontrak (Knight, 2013).

Pasca kemerdekaan, Seperti banyak kota lainnya di Indonesia, Salatiga mengalami arus migrasi internal. Orang-orang dari daerah pedesaan di sekitar Salatiga (Kabupaten Semarang) maupun dari daerah lain di Jawa Tengah dan Jawa Timur datang mencari pekerjaan dan pendidikan yang lebih baik (Hugo, 2008). Berdirinya perguruan tinggi penting di Salatiga, terutama Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) pada tahun 1956, menjadi magnet utama bagi para pelajar/mahasiswa dari seluruh Indonesia untuk merantau dan belajar di Salatiga. Banyak lulusan yang kemudian menetap atau kembali setelah merantau ke tempat lain(Aritonang, 2004). Salatiga juga memiliki keberagaman etnis dan agama menjadikan kota ini sebagai contoh nyata harmonisasi sosial yang kokoh. Reputasi Salatiga sebagai kota toleran tidak hanya menjadi daya tarik bagi para pendatang, tetapi juga menjadi kebanggaan kolektif yang dijaga bersama. Hal ini menjadikan Salatiga tidak hanya sebagai kota pendidikan, tetapi juga sebagai simbol harmoni multikultural di Indonesia.

Berdasarkan data hasil Sensus Penduduk 2024 di Kota Salatiga yang dikeluarkan BPS tercatat jumlah penduduk Kota Salatiga pada bulan April 2024

sebanyak 198.920 jiwa. Kota Salatiga memiliki julukan “Indonesia Mini” karena keanekaragaman budaya, suku, dan agama yang hidup harmonis. Sebagai kota Pendidikan, Salatiga menjadi rumah bagi ribuan mahasiswa perantauan dari berbagai daerah di Indonesia yang membawa identitas dan nilai- nilai lokal mereka ke dalam dinamika kehidupan kota termasuk dalam hal Pemilu. Di Kota Salatiga terdapat dua kampus besar yang mendominasi persebaran mahasiswa di Kota salatiga yaitu Universitas Satya Wacana (UKSW) dan universitas Islam Negeri Kota Salatiga (UIN). Berikut table jumlah persebaran mahasiswa di Kota Salatiga :

Tabel 1.1 Mahasiswa Aktif 2023/2024 Pemilih Perantau pada UKSW dan UIN Salatiga

NO	Asal Kampus	Asal Daerah				Total Mahasiswa (100%)	Jenis Kelamin	
		Jawa Tengah		Luar Jawa Tengah			L	P
		angka	%	angka	%			
1	UKSW	13.636	65	6.419	35	20.058	2695	3723
2	UIN Salatiga	12.574	85	2.281	15	14.855	767	1514
	Total	26.210		8.700		34.913	3462	5.237

Sumber: Data mentah yang diolah (Bagian Akademik UIN Salatiga & Biro Adminitrasi Akademik UKSW tahun 2024

Berdasarkan data mahasiswa aktif tahun 2023/2024 dari dua universitas besar di Salatiga seperti yang ditunjukkan dalam tabel diatas bahwa jumlah seluruh mahasiswa perantau sebanyak 8.700 mahasiswa yang berasal dari luar provinsi Jawa Tengah. Sebanyak 3.462 mahasiswa berjenis kelamin Laki-laki dan 5.237

berjenis kelamin perempuan. Adapun sebaran asal daerah di luar Jawa tengah meliputi: Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, Lampung, Riau, Papua, Kalimantan Barat, Aceh, Maluku, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat. Angka persebaran mahasiswa perantauan berdasarkan data tersebut menunjukkan angka yang tergolong tinggi.

Pemilu serentak tahun 2024 di Kota Salatiga, Kota Salatiga memiliki Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 149.477 pemilih sedangkan DPTb sebanyak 7,494 orang pemilih dengan rincian 5.356 orang melakukan pindah memilih (masuk) yang merupakan pemilih dengan status mahasiswa dan 2.138 pemilih melakukan pindah memilih (keluar).

Tabel 1.2 Jumlah Pemilih Dalam DPTb Pemilu Tahun 2024 Kota Salatiga

No.	Nama	Pemilih Pindah Masuk			Pemilih Pindah Keluar		
		Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah
		Desa/Kel	TPS	Pemilih	Desa/Kel	TPS	Pemilih
1	Sidomukti	4	142	980	4	132	459
2	Sidorejo	6	187	2628	6	164	708
3	Tingkir	7	131	787	7	134	495
4	Argomulyo	6	153	961	6	138	476
Total		23	613	5356	23	568	2138

Sumber : Data Olahan Peneliti dari KPU Kota Salatiga Tahun 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, pada Pemilu serentak 2024 jumlah pemilih DPTb pada pemilihan Presiden; DPR RI, dan DPRD Provinsi mencapai

7.494 pemilih, jika dibandingkan dengan total jumlah DPTb pada Pemilu serentak tahun 2019 terdapat kenaikan jumlah pemilih sejumlah 4.394 pemilih. Hal ini mencerminkan adanya kenaikan antusiasme dan juga kepekaan masyarakat terkait informasi pindah memilih menggunakan formulir A5. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum; Kota Salatiga memiliki tingkat partisipasi tertinggi di Jawa Tengah dengan tingkat partisipasi untuk presiden 87.91% ; DPR RI 87.85%; DPD 87.81%; DPRD Provinsi 87.51% ,dan DPRD Kota Salatiga 87.40% .

Kelompok yang paling rentan terhadap kampanye politik di media sosial adalah pemilih muda, yang cenderung masih memiliki pandangan politik yang belum stabil. Berdasarkan data KPU Kota Salatiga, Sebagian besar Pemilih Perantauan yang termasuk dalam pemilih perantauan (DPTb) di Kota Salatiga merupakan mahasiswa perantauan yang sedang menimba ilmu di Kota Salatiga. Selain itu, laporan *We Are Social* bersama Hootsuite menunjukkan bahwa dalam periode Januari 2023 hingga 31 Januari 2024, terjadi peningkatan 20 juta pengguna media sosial dari generasi Y dan Z, dengan kelompok usia 18-24 tahun menyumbang 18 persen dari total pengguna. Generasi muda lebih rentan terhadap paparan konten di media sosial yang dapat membentuk ideologi dan budaya tertentu sesuai dengan kepentingan pihak tertentu (Indainanto, 2020). Generasi millennial ini menjadi bagian atau segmen masyarakat yang paling banyak menggunakan media sosial (Komariah & Kartini, 2019).

Dalam pelaksanaan pemilu terutama bagi pemilih perantauan penggunaan *form* A5 merupakan solusi dan kesempatan yang baik. Kesadaran yang tinggi

dalam menggunakan hak pilih merupakan kunci keberhasilan pemilu namun demikian harus diimbangi dengan fasilitas dan prosedur yang memungkinkan dan memudahkan seluruh masyarakat untuk dapat berpartisipasi. Terlebih dalam Pemilu tahun 2024 di Kota Salatiga mayoritas pengguna formulir A5 atau yang melakukan pindah memilih adalah mahasiswa perantau yang merupakan generasi millennial. Pemilih Perantauan seperti mahasiswa dan pekerja luar kota sering kali dihadapkan pada keputusan yang kompleks untuk menyalurkan suara mereka, mengingat faktor lokasi, waktu, dan informasi politik yang relevan. Dalam studi perilaku memilih (*Voting Behavior*), pemilih perantauan merupakan subjek yang menarik karena keputusan mereka dipengaruhi oleh variable yang unik. faktor- faktor seperti identitas kultural, keterhubungan dengan daerah asal, pengaruh lingkungan baru, dan akses terhadap informasi politik mau tidak mau akan membentuk preferensi politik mereka.

Dalam dinamika demokrasi modern seperti Indonesia, Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan pilar krusial bagi legitimasi kekuasaan dan akuntabilitas publik. Proses pengambilan keputusan pemilih (*voting behavior*) dipengaruhi secara signifikan oleh akses, pemahaman, dan interaksi individu dengan informasi politik (Downs, 1957a). Dalam hal ini konsep *Information Seeking Behavior* (ISB) atau Perilaku Pencarian Informasi menjadi kunci analitis (Case & Given, 2016). Pemilih dihadapkan pada *flood of information* yang kompleks dan seringkali kontradiktif, mulai dari program calon, rekam jejak, isu kebijakan, hingga narasi kampanye di media tradisional maupun digital (Lilleker, 2019). Kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian dan membentuk preferensi

yang rasional mendorong pemilih untuk terlibat dalam aktivitas pencarian informasi secara aktif maupun pasif (Johnson, 2003).

Memahami indikator spesifik ISB seperti *intensitas pencarian*, *ragam sumber yang digunakan (media mainstream, media sosial, diskusi interpersonal)*, *kedalaman eksplorasi topik*, *kriteria evaluasi kredibilitas informasi*, serta *pola verifikasi fakta* menjadi fundamental untuk mengurai mekanisme di balik pembentukan pilihan elektoral. Indikator-indikator ini tidak hanya merefleksikan tingkat keterlibatan politik (*political engagement*) warga, tetapi juga berpotensi memprediksi stabilitas preferensi, kerentanan terhadap mis/disinformasi, dan pada akhirnya, kualitas partisipasi demokratis (Carpini, 2004). Penelitian ini berargumen bahwa analisis mendalam terhadap peran mediasi ISB merupakan lensa kritis untuk mendekonstruksi kompleksitas perilaku memilih di era banjir informasi, sekaligus memberikan dasar empiris bagi penguatan literasi politik dan desain komunikasi pemilu yang lebih efektif di Indonesia.

Lebih lanjut, peran mediasi ISB berguna dalam memahami mekanisme transformatif antara ketergantungan media sosial dan perilaku memilih pemilih perantauan. Tingginya ketergantungan pada *platform digital* mendorong individu untuk mengadopsi pola ISB yang mencakup monitoring berkala konten kampanye, verifikasi klaim politik melalui sumber alternatif, dan *extracting* informasi kebijakan kandidat (Ellis et al., 1993; Vössing & Weber, 2019). Aktivitas tersebut berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang mentransformasi paparan pasif media sosial menjadi preferensi politik seseorang. Studi empiris

Heiss et al. (2020) membuktikan bahwa pemilih yang intensif dalam active seeking seperti verifikasi silang informasi, eksplorasi platform multi-sumber menunjukkan peningkatan 37% dalam keputusan berbasis isu substantif (*policy-based voting*), sekaligus mengurangi kerentanan terhadap echo chambers algoritmik sebesar 29%.

Fenomena ini semakin krusial bagi pemilih perantauan yang menghadapi fragmentasi informasi akibat jarak geografis dimana ISB menjadi “penyaring kognitif” yang dapat mengonversi banjir informasi digital menjadi pengetahuan yang terkurasi (Ognyanova & Ball-Rokeach, 2015). Riset Wohn & Bowe (2021) mengonfirmasi bahwa ISB tidak hanya mediator pasif, tetapi variabel penguat (*amplifier*): ketergantungan media sosial yang tinggi memperluas *repertoire* sumber pencarian (dari media mainstream hingga komunitas virtual), yang pada gilirannya meningkatkan akurasi penilaian elektoral. Dengan demikian, ISB menjelaskan mengapa dua pemilih dengan tingkat ketergantungan media sosial serupa dapat memiliki perilaku memilih berbeda pada kedalaman dan kritikalitas aktivitas pencarian informasinya (Ting et al., 2024).

Pemilihan Umum Presiden RI 2024 diikuti oleh tiga pasangan calon yang menyampaikan informasi dan kampanye melalui media sosial dengan frekuensi serta isi pesan yang beragam. Kedua kandidat memanfaatkan akun media sosial resmi yang mereka atau tim suksesnya kelola. Pemilih dapat mengakses informasi kandidat nomor urut 1 melalui akun Facebook *Anies baswedan*, yang memiliki

1,9 juta followers, serta Instagram *@aniesbaswedan* yang diikuti oleh 7,6 juta pengguna. kemudian, kandidat nomor urut 2 menggunakan akun Facebook *Prabowo Subianto* dengan 10 juta pengikut dan Instagram *@prabowo*, yang memiliki 5,9 juta pengikut. Sementara itu, kanidat nomor urut 3 menggunakan akun Facebook Ganjar Pranowo, yang memiliki 2,3 juta followers dan akun Instagram *@ganjarpranowo* dengan 6.3 juta pengikut. Ketiga calon presiden utama, yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan, mengembangkan strategi marketing politik yang sangat tergantung pada platform digital untuk menjangkau berbagai segmen pemilih. Masing-masing kandidat tidak hanya memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan, tetapi juga untuk membangun citra, memperkenalkan ideologi politik, dan menghubungkan diri mereka dengan publik secara langsung.

Bagi pemilih perantauan, platform digital ini menjadi saluran dominan dalam *information seeking behavior* mereka, hambatan geografis mendorong ketergantungan tinggi pada konten media sosial kandidat, pemberitaan *online*, dan komunitas virtual sebagai sumber informasi primer. Perantau cenderung melakukan *active seeking* secara intensif meliputi pencarian, perbandingan, dan analisis pesan serta *engagement* dari berbagai akun resmi untuk mengakses visi-misi, memantau isu strategis, dan mengatasi keterbatasan informasi lokal. Kompleksitas lingkungan informasi digital, termasuk potensi mis/disinformasi dan bias algoritmik, memicu perilaku verifikasi silang melalui sumber alternatif dan diskusi dalam komunitas online sesama perantau. Dengan demikian, strategi digital kandidat tidak hanya berfungsi sebagai diseminasi pesan, tetapi secara

krusial membentuk akses informasi dan memengaruhi proses pengambilan keputusan politik (*political decision-making*) pemilih perantauan yang terpisah secara spasial dari dinamika kampanye domestik.

Kemajuan teknologi komunikasi terutama bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku memilih para pemilih perantauan menjadi hal yang menarik untuk dikaji, terutama dalam melihat bagaimana kelompok pemilih perantauan di Kota Salatiga, yang termasuk dalam generasi milenial, terpapar media sosial dan aktif menggunakannya. Dengan menganalisis bagaimana hubungan ketergantungan kepada media sosial dan ISB di media sosial memengaruhi perilaku memilih kelompok ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan studi *political marketing* berbasis media sosial, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif untuk segmen pemilih muda di masa depan.

Gagasan untuk mengkaji lebih dalam mengenai perilaku memilih mahasiswa perantau dalam penelitian ini berakar pada temuan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh penulis pada jenjang Strata-1 (S1). Penelitian yang berjudul "*Partisipasi Pemilih Mahasiswa Perantauan dalam Pemilihan Umum Serentak Tahun 2019 di Kota Salatiga*" Annora & Hidayat-Sardini (2024) mengungkapkan bahwa partisipasi politik pemilih perantau di Kota Salatiga masih tergolong rendah, dengan hanya sekitar 3.100 dari 8.700 mahasiswa perantau yang menggunakan hak pilihnya. Studi kualitatif tersebut mengidentifikasi dua faktor utama penghambat partisipasi, yaitu minimnya akses

informasi akibat terbatasnya sosialisasi oleh penyelenggara Pemilu di kalangan perantau, serta faktor internal berupa keengganan atau rasa malas. Signifikan untuk dicermati, penelitian tersebut juga menemukan bahwa media sosial berperan sebagai faktor perangsang politik yang dominan dalam mendorong partisipasi pemilih perantau, bahkan mengungguli sumber-sumber informasi tradisional seperti sosialisasi langsung dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) maupun partai politik.

Temuan mengenai peran sentral media sosial dalam memobilisasi partisipasi pemilih perantau tersebut membuka serangkaian pertanyaan baru yang belum terjawab dalam penelitian sebelumnya. Penelitian S1 tersebut hanya mampu mengonfirmasi bahwa media sosial berfungsi sebagai faktor pendorong, namun tidak dapat menjelaskan secara mendalam bagaimana mekanisme pengaruh media sosial bekerja dalam membentuk keputusan politik mahasiswa perantau. Dengan kata lain, penelitian tersebut belum mampu mengungkap apakah paparan media sosial secara langsung sudah cukup untuk mendorong mereka memilih, ataukah terdapat proses kognitif tertentu yang berlangsung di antara keduanya. Interogasi akademik inilah yang kemudian menjadi titik tolak bagi pelaksanaan penelitian lanjutan ini.

Oleh sebab itu, penelitian tesis ini dihadirkan sebagai riset lanjutan (*follow-up research*) yang bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan yang berbeda. Apabila penelitian S1 menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi faktor-faktor partisipasi secara kontekstual, maka

penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) guna menguji mekanisme pengaruh media sosial secara lebih mendalam dan terukur. Fokus penelitian ini pun mengalami pergeseran konseptual, tidak lagi terbatas pada partisipasi politik dalam artian tindakan memilih atau tidak memilih, melainkan pada perilaku memilih yang lebih luas, khususnya pada aspek stabilitas preferensi sebagai indikator kualitas keputusan politik. Dengan mengintegrasikan *Media Dependency Theory* dan Model Ellis, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan kunci, yaitu bagaimana media sosial secara substantif membentuk perilaku memilih mahasiswa perantau apakah melalui jalur paparan langsung, atau melalui proses pencarian informasi aktif yang dipicu oleh ketergantungan mereka terhadap media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ketergantungan kepada media sosial terhadap perilaku memilih mahasiswa perantau pada Pemilu 2024 di Kota Salatiga?
2. Bagaimana pengaruh Information Seeking Behavior (ISB) terhadap perilaku memilih mahasiswa perantau pada Pemilu 2024 di Kota Salatiga?

3. Bagaimana pengaruh ketergantungan kepada media sosial terhadap Information Seeking Behavior (ISB) mahasiswa perantau pada Pemilu 2024 di Kota Salatiga?
4. Bagaimana peran mediasi ISB pada hubungan antara pengaruh ketergantungan kepada media sosial dengan perilaku memilih mahasiswa perantau pada Pemilu 2024 di Kota Salatiga?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara ketergantungan kepada media sosial dan ISB terhadap perilaku memilih mahasiswa perantauan pada Pemilu 2024 di Kota Salatiga melalui pendekatan *path analysis*. Selain itu didukung dengan tujuan spesifik :

- a. Mengukur pengaruh langsung ketergantungan kepada media sosial terhadap perilaku memilih (*direct effect*)
- b. Mengukur pengaruh langsung *Information Seeking Behavior* (ISB) terhadap perilaku memilih mahasiswa perantau (*direct effect*);
- c. Mengukur pengaruh ketergantungan kepada media social terhadap ISB (*direct effect*);
- d. Menguji peran mediasi ISB pada pengaruh ketergantungan media sosial terhadap perilaku memilih (*indirect effect*).

1.4 Penelitian Terdahulu

Dalam proses penulisan penelitian ini, penulis menemukan penelitian terdahulu yang memiliki tema atau topik serupa. Penulis melakukan perbandingan untuk menemukan persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai hubungan ketergantungan kepada media sosial dan perilaku pencarian informasi terhadap perilaku memilih.

Kajian literatur terkait pengaruh langsung ketergantungan media sosial terhadap perilaku memilih mahasiswa, sesuai dengan perspektif *Media Dependency Theory* (MDT) seperti yang dicetuskan Ball-Rokeach & DeFleur (1976b). W. Kurniawan et al. (2024) melakukan *systematic review* dan meta-analysis terhadap 16 studi (N=33,257) yang mayoritas terindeks *Scopus* dan *Web of Science*. Hasilnya adalah penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan dengan peningkatan perilaku partisipasi politik dan *voting activity*. Kemudian, korelasi konsisten ditemukan pada platform *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, hingga *WhatsApp* di berbagai negara, termasuk Indonesia, dengan nilai r berkisar dari 0,07 hingga 0.91 untuk berbagai indikator partisipasi politik dan *voting* (W. Kurniawan et al., 2024).

Studi lainnya menunjukkan motivasi penggunaan media sosial untuk memperoleh dan berdiskusi informasi politik sangat menentukan partisipasi elektoral baik secara daring maupun luring. Studi empiris di Indonesia oleh Intyaswati et al. (2021) dilakukan dengan survei pada 1.066 mahasiswa pemilih pertama di Jawa Barat yang menunjukkan hasil ketergantungan penggunaan

media sosial dalam mengakses informasi politik berkorelasi positif terhadap keputusan voting. Kemudian, interaksi antara media sosial dan diskusi politik di media sosial secara signifikan memprediksi adanya kecenderungan memilih, mendukung tesis dari *Media Dependency Theory* (MDT) bahwa ketergantungan media menciptakan efek perilaku langsung pada pemilih muda. Efek penggunaan media sosial lebih kuat ketika dikombinasikan dengan adanya pengalaman politik dari media tradisional seperti TV dan radio. Studi ini menegaskan bahwa teori yang dikemukakan oleh Ball-Rokeach (1998) mengenai ketergantungan terhadap media, khusus media sosial sebagai sumber informasi politik, memperbesar kemungkinan pemilih perantau untuk memilih.

Studi – studi lain seperti Saud et al., (2023); Sindermann, (2024); Ting et al., 2024) juga mengkonfirmasi bahwa semakin tinggi intensitas ketergantungan individu pada media sosial sebagai sumber wawasan politik, semakin besar peluang individu tersebut terlibat dalam perilaku electoral aktif. Tingginya ketergantungan mahasiswa termasuk mahasiswa perantau pada media sosial secara konsisten dikaitkan dengan peningkatan kemungkinan perilaku memilih. Temuan tersebut membuktikan teori *Media Dependency Theory* (MDT), bahwa terdapat pengaruh langsung ketergantungan media sosial terhadap perilaku memilih. Namun, penelitian yang spesifik membahas mahasiswa perantauan di Salatiga serta analisis mengenai kualitas interaksi dan ragam platform masih perlu diperdalam, sehingga membuka peluang gap penelitian.

Kajian literatur terkait hubungan antara ketergantungan media sosial dan intensitas perilaku ISB, studi dari Jun & Firdaus (2023) mengembangkan dan memvalidasi *social media Political information Depedency* (SMPID) menggunakan konsep *Media Dependency Theory* (MDT) Ball-Rokeach. Kajian tersebut melakukan survei terhadap 379 mahasiswa Malaysia menemukan bahwa ketergantungan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi politik secara langsung meningkatkan intensitas pencarian informasi politik. Semakin tinggi ketergantungan individu terhadap media sosial untuk tujuan pengambilan keputusan politik, memahami isu, dan membangun identitas politik, dalam hal ini semakin aktif pula perilaku pencarian informasi politik yang mereka lakukan (aktif membaca, melakukan penelusuran, mengevaluasi, berdiskusi) (Jun & Firdaus, 2023). Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas ketergantungan media sosial dalam menumbuhkan partisipasi politik diperantari oleh perilaku pencarian informasi politik yang aktif. Media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga menjadi “tools” untuk berinteraksi, eksplorasi, dan validasi data politik sebelum individu mengambil sikap atau tindakan politik tertentu. Sama halnya dengan meta-analisis yang dilakukan oleh Kurniawan et.al. (2024) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan politik mendorong perilaku pencarian informasi politik secara aktif serta meningkatkan keterlibatan politik digital, khususnya dikalangan usia muda (W. Kurniawan et al., 2024).

Ketergantungan terhadap media sosial ini tidak hanya berperan dalam konsumsi pasif tetapi juga mejicu pencarian aktif seperti mencari klarifikasi

tentang isu/kandidat, membandingkan sumber, serta melakukan *cross-checking* antar *platform*. Ketergantungan media sosial yang tinggi pada beberapa penelitian terbukti secara signifikan meningkatkan perilaku pencarian informasi politik secara aktif pada kalangan muda/mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan *Media Dependency Theory* (MDT), bahwa hubungan ketergantungan membuka peluang terjadinya perubahan perilaku, bukan hanya sekedar konsumsi pasif tetapi memicu tindakan mencari, memverifikasi, dan mendiskusikan informasi politik untuk mengurangi ketidakpastian sebelum memilih atau berpartisipasi politik. Masih banyak aspek yang belum terjawab, terutama pada kelompok mahasiswa perantau dan konteks kualitas perilaku pencarian informasi politik.

Kajian literatur selanjutnya terkait hubungan information seeking behavior (ISB) politik dengan perilaku memilih. Zhang & Gao (2024b) menegaskan bahwa political information seeking secara mendalam berpengaruh positif terhadap preferensi dan sikap pemilih. Pencarian informasi yang aktif memperbesar kemungkinan pemilih membuat keputusan yang lebih rasional, terinformasi, dan berbasis isu, tidak hanya sekedar mengikuti arus atau tekanan sosial. Zhang menyatakan bahwa *intensive and meaningful information seeking* membentuk *informed voting preferences* sehingga perilaku memilih menjadi lebih reflektif dan partisipatoris.

Studi oleh Quoß et al. (2024) menggunakan eksperimen survei Pemilu Swiss terbaru dan menemukan bahwa akses informasi yang relevan dan mendalam secara nyata meningkatkan kemungkinan memilih kandidat/partai

yang sesuai preferensi pribadi, bukan hanya sekedar mengikuti heuristic sederhana. Levy & Razin (2015) dalam *America Economic Review* menemukan perilaku pencarian informasi yang tinggi mendorong agregasi pengetahuan politik yang lebih baik sehingga menghasilkan perilaku memilih berbasis informasi (Levy & Razin, 2015). Selanjutnya studi empirik di Indonesia, penelitian Abustami (2020) di Sleman terhadap 171 pemilih pemula usia 17-19 tahun membuktikan terdapat korelasi positif yang signifikan antara ISB dan perilaku memilih. Pemilih muda yang aktif mencari dan memverifikasi informasi politik lebih berpeluang mengambil keputusan memilih yang matang. Asmiyanto et al. (2021) dengan melakukan survei terhadap Gen-Z di Depok dan Tangerang menunjukkan bahwa informasi tentang profil kandidat, ideologi, dan program kerja yang dicari melalui media sosial dan diskusi komunitas secara langsung membentuk preferensi memilih dan mengurangi pengaruh faktor emosional/identitas (Asmiyanto et al., 2021).

Pencarian informasi politik yang tinggi menurunkan ketidakpastian, meningkatkan *political efficacy* dan memperluas basis pengetahuan sehingga pemilih lebih percaya diri dan objektif dalam menentukan pilihan politiknya. Pemilih dengan ISB yang tinggi cenderung memilih berdasarkan rekam jejak dan program kerja, bukan hanya sekedar *image*. Pencarian informasi politik yang aktif dan mendalam terbukti secara konsisten berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku memilih yang lebih sadar, reflektif, dan berbasis isu. Temuan ini mendukung argumen Zhang & Gao (2024b) serta hasil studi internasional dan nasional bahwa ISB berperan penting sebagai prediktor utama perilaku memilih

di kalangan generasi muda dan pemilih rasional. Namun, masih terdapat gap terkait populasi, kualitas pencarian, dan faktor mediasi lokal yang dapat dieksplorasi pada riset selanjutnya.

Kajian literatur terkait mediasi penuh ISB dalam hubungan ketergantungan media sosial terhadap perilaku memilih, studi analisis literatur oleh Nurlina et al. (2024) menyatakan bahwa ketergantungan media secara langsung membentuk sikap dan perilaku melalui mekanisme kognitif yang melibatkan pencarian dan pemrosesan informasi. Ketergantungan media sosial yang tinggi mendorong individu melakukan pencarian informasi aktif (ISB), yang kemudian menjadi perantara (mediasi) dalam pengambilan keputusan, termasuk perilaku memilih. Dengan kata lain, efek ketergantungan media pada perilaku nyata sudah seharusnya dilalui proses aktif pencarian informasi agar menjadi keputusan konkret (misal: datang ke TPS). Studi empiris di berbagai penelitian politik digital menunjukkan ketergantungan media sosial mendorong perilaku pencarian informasi politik secara intensif, yang selanjutnya meningkatkan partisipasi politik, termasuk perilaku memilih. Beberapa penelitian kuantitatif menunjukkan model mediasi penuh ISB antar ketergantungan media sosial (X) dan perilaku memilih (Y), terkhusus pada populasi pemilih muda dan pemilih perantau yang belum memiliki basis informasi kuat dari lingkungan sekitar (Nurlina et al., 2024).

Pada pemilih perantau atau kelompok dengan tingkat ketidakpastian informasi tinggi, hanya ketergantungan media sosial saja tidak cukup untuk

mendorong tindakan memilih. Ketergantungan harus diikuti oleh pencarian informasi politik aktif (melalui *browsing*, verifikasi, diskusi) yang memberi fondasi pengetahuan dan kepastian untuk mengambil keputusan nyata. Model mediasi penuh ini menjadi penting untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara faktor media dan perilaku konkret dalam konteks perubahan sosial dinamis. Studi – studi ini mendukung hipotesis bahwa *Information Seeking Behavior* memediasi secara penuh hubungan antara ketergantungan media sosial dan perilaku memilih, terutama pada kelompok pemilih dengan tingkat ketidakpastian informasi tinggi seperti mahasiswa perantau. Ketergantungan pada media sosial harus dilanjutkan dengan pencarian informasi aktif agar menjadi keputusan politik nyata, seperti partisipasi di TPS. Namun, masih terdapat gap dalam pemahaman spesifik mengenai dinamika mediasi ini di konteks lokal dan faktor-faktor moderasi pendukungnya.

Sebagian besar studi di Indonesia cenderung berfokus pada analisis perilaku pemilih di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, atau Yogyakarta, sementara dinamika perilaku pemilih di kota-kota menengah seperti Salatiga masih relatif jarang mendapatkan perhatian. Selain itu, meskipun ada sejumlah penelitian yang membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku memilih generasi muda, sebagian besar penelitian tersebut memperlakukan pemilih muda sebagai kelompok homogen, tanpa membedakan antara mahasiswa yang tinggal di daerah asal mereka dengan mahasiswa perantauan. Padahal, mahasiswa perantauan memiliki karakteristik unik yang membedakan mereka dari pemilih muda pada umumnya. Mereka mengalami perubahan lingkungan sosial,

budaya, dan politik akibat perpindahan geografis, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi informasi, eksposur terhadap kampanye politik, hingga preferensi politik mereka.

Penelitian-penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Rahman (2022) dan Saraswati (2023), memang telah membahas *ISB* di media sosial, namun fokus utamanya lebih banyak pada analisis terhadap konten kampanye atau efektivitas platform tertentu tanpa mengkaitkannya secara spesifik dengan perilaku memilih mahasiswa perantauan. Bahkan, belum banyak kajian yang mengaitkan secara langsung bagaimana ketergantungan kepada media sosial dan *ISB* Pemilu Serentak 2024 dapat mempengaruhi perilaku memilih mahasiswa perantauan di wilayah- wilayah pendidikan seperti Salatiga.

1.5 Kerangka Teori

1. Media Dependency Theory (MDT)

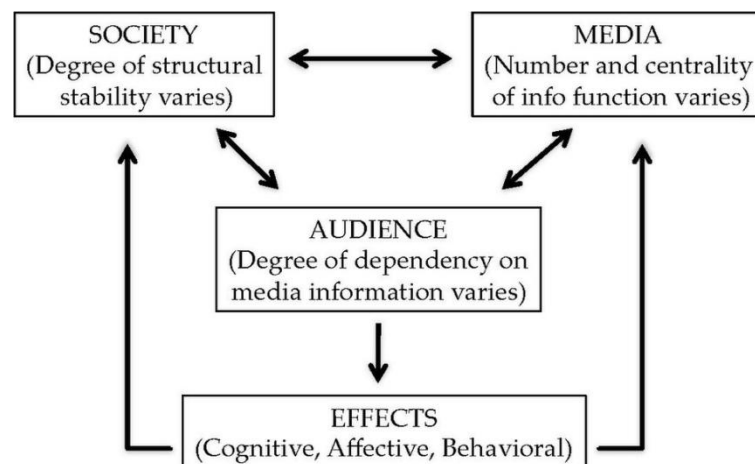
Teori *Media Dependency Theory* (MDT) atau Teori Ketergantungan Media dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Defleur pada tahun 1976. Teori ini didasarkan pada literatur sosiologi klasik yang menyatakan bahwa media dan khalayaknya harus dipelajari dalam konteks sistem sosial yang lebih luas. Teori ini menyatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin besar pengaruh media terhadap keyakinan dan perilakunya (Ball-Rokeach, 2008; Rajasekhar et al., 2021). Teori

ini sangat relevan Selama periode ketidakstabilan sosial, pemilihan umum, atau krisis, oleh karena itu individu mencari informasi yang dapat diandalkan untuk menavigasi ketidakpastian (Ferreira & Borges, 2020).

Menurut Ball-Rokeach dan DeFleur, tiga kebutuhan media menentukan seberapa penting media bagi seseorang pada saat tertentu:

- a. Kebutuhan untuk memahami dunia sosial seseorang (pengawasan)
- b. Kebutuhan untuk bertindak secara bermakna dan efektif di dunia tersebut (utilitas sosial)
- c. Kebutuhan untuk melarikan diri dari dunia tersebut ketika ketegangan meningkat (pelarian fantasi)

Ketika kebutuhan akan media ini tinggi, semakin banyak orang beralih ke media untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga media memiliki peluang lebih besar untuk memengaruhi mereka. Meskipun demikian, tidak satu pun dari kebutuhan media ini yang konstan dalam jangka waktu yang lama. Kebutuhan tersebut berubah berdasarkan aspek-aspek lingkungan sosial kita (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976a).



Gambar 1.1 Ball-Rokeach & DeFleur's (1976) MDT Conceptual Model

Media Dependency Theory (MDT) menghubungkan interelasi antara sistem sosial yang luas, media massa, dan individu ke dalam penjelasan komprehensif tentang efek media. Hipotesis dari ketergantungan dasar menyatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin penting media dalam kehidupannya, dan oleh karena itu semakin besar pula efek media terhadapnya (Ball-Rokeach, 2008).

Ketergantungan pada media muncul dari tiga hubungan (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976a; Rubin & Windahl, 1986) :

- a. Hubungan antara masyarakat dan media: Dalam hubungan ini, akses dan ketersediaan media dianggap sebagai anteseden penting bagi pengalaman

individu dengan media. Sifat ketergantungan media pada sistem masyarakat bervariasi di seluruh sistem politik, ekonomi, dan budaya.

- b. Hubungan antara media dan khalayak: Hubungan ini merupakan variabel kunci dalam teori ini karena memengaruhi bagaimana orang mungkin menggunakan media massa. Hubungan ini juga bervariasi di seluruh sistem media. Semakin menonjol kebutuhan informasi, semakin kuat motivasi untuk mencari informasi termediasi dan ketergantungan pada media. Akibatnya, kemungkinan media memengaruhi khalayak menjadi lebih besar.
- c. Hubungan antara masyarakat dan khalayak: Masyarakat memengaruhi kebutuhan dan motif konsumen untuk menggunakan media, dan menyediakan norma, nilai, pengetahuan, dan hukum bagi anggotanya. Sistem sosial dapat berfungsi sebagai alternatif bagi media dengan menawarkan layanan serupa dari media.

Teori Ketergantungan Media (MDT) menyatakan bahwa semakin individu bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin besar pula pengaruh media terhadap persepsi dan perilaku mereka. Teori ini khususnya relevan dalam memahami perilaku pemilih di Indonesia, di mana media memainkan peran penting dalam membentuk opini dan keputusan politik. Dalam hal ini media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube* banyak digunakan dalam kampanye pemilu untuk membentuk opini publik dan memengaruhi keputusan pemilih. Maka *Influencer* media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk pandangan politik dan perilaku pemilih. Partai

politik dan media menyesuaikan strategi mereka sebagai respon terhadap pengaruh media sosial, yang mengarah pada posisi kebijakan yang lebih moderat oleh partai dan posisi editorial yang lebih ekstrem oleh media (Ding et al., 2023).

Mekasnisme pengaruh menurut *Media Dependency Theory* (MDT), media massa memainkan peran krusial yang pertama, menginformasikan dan Membujuk Pemilih. Media menyediakan informasi tentang kandidat politik, kebijakan, dan isu sosial, yang membentuk persepsi dan keyakinan pemilih. Individu yang lebih bergantung pada media untuk mendapatkan informasi politik cenderung lebih terpengaruh dalam sikap politik mereka dan pada akhirnya, keputusan memilih mereka. Kedua, menetapkan Agenda Publik dengan menonjolkan isu atau peristiwa tertentu, media memandu wacana publik dan memprioritaskan topik bagi pemilih (penetapan agenda). Ketiga, pembingkai dan personalisasi. Media sosial memiliki cara membingkai kandidat ataupun isu serta fokus pada atribut pribadi tokoh politik, dapat mempengaruhi preferensi pemilih terutama diantara mereka yang memiliki pola dominan terhadap suatu platform media sosial. keempat, pergeseran sikap dan motivasi memilih. Ketergantungan terhadap media yang tinggi dapat menyebabkan perubahan yang lebih besar dalam sikap, perilaku, dan bahkan respon emosional (efek kognitif, afektif, dan perilaku) (Ha et al., 2013). Misalnya, tayangan yang terus-menerus dapat mengaktifkan atau menonaktifkan perilaku pemungutan suara, mendorong, ataupun menghambat partisipasi electoral.

Ball-Rokeach dan DeFleur berpendapat bahwa konsekuensi kognitif, perilaku dan afektif dari penggunaan media didasarkan pada karakteristik individu dan lingkungan sosialnya (BALL-ROKEACH, 1985; Ognyanova & Ball-Rokeach, 2015). Dalam konsekuensi *behavioral* terdapat dua kategori luas efek perilaku yang diidentifikasi oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (BALL-ROKEACH, 1985). Kategori luas pertama disebut efek "aktivasi", yang merujuk pada kejadian di mana khalayak media melakukan sesuatu yang tidak akan mereka lakukan sebagai konsekuensi dari menerima pesan media. Efek perilaku sebagian besar dianggap bekerja melalui efek kognitif dan afektif. Misalnya, seorang perempuan yang membaca berita tentang seksisme di tempat kerja mungkin membentuk sikap terhadap seksisme yang menciptakan keadaan emosional negatif, yang puncaknya adalah bergabung dengan pawai hak-hak perempuan di komunitas lokalnya. Kategori luas kedua dari efek perilaku disebut "deaktivasi", dan merujuk pada kejadian yang mana khalayak seharusnya melakukan sesuatu, tetapi tidak melakukannya sebagai konsekuensi dari pesan media. Misalnya, kampanye pemilihan presiden pendahuluan menjadi lebih panjang dan semakin banyak media yang digunakan untuk menyasar khalayak. Dengan demikian, kampanye pemilihan pendahuluan dapat memunculkan sikap negatif terhadap proses pemilu dan keadaan afektif negatif seperti kebosanan atau rasa jijik yang pada gilirannya dapat membuat seseorang tidak memilih.

Dalam tingkat mikro (tingkat individu) memiliki fokus pada bagaimana hubungan antara individu dan media. Ketergantungan tingkat mikro atau yang

lebih dikenal dengan *Individual Media Dependency* (IMD), dimulai dengan penilaian jenis-jenis motivasi yang mendorong individu untuk menggunakan media. Dalam perspektif *Individual Media Dependency* (IMD), tujuan lebih diutamakan daripada kebutuhan untuk mengonseptualisasikan motivasi yang memengaruhi perilaku media. Menurut Ball-Rokeach dan DeFleur, tujuan merupakan dimensi kunci dari motivasi individu. Sementara kebutuhan menyiratkan motif rasional dan irasional, tujuan menyiratkan motivasi pemecahan masalah yang lebih sesuai dengan teori perilaku media yang didasarkan pada hubungan ketergantungan (BALL-ROKEACH, 1985). Selanjutnya dalam tingkat makro, sistem media di setiap negara saling bergantung pada sistem sosial lain di negara tersebut (misalnya, ekonomi dan pemerintahannya) untuk mendapatkan sumber daya, dan sebaliknya. Pada tingkat makro, teori ketergantungan menyatakan bahwa hubungan timbal balik ini memengaruhi jenis produk media yang disebarluaskan kepada publik untuk dikonsumsi, dan berbagai kemungkinan penggunaan media oleh masyarakat (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976b).

Teori Ketergantungan Media tetap menjadi kerangka kerja yang berharga untuk memahami hubungan antara media dan audiensnya, terutama selama krisis. Teori ini menyoroti pentingnya literasi media dan perlunya sumber informasi yang andal untuk memitigasi dampak misinformasi. Seiring perkembangan lanskap media, penerapan dan interpretasi *Media Dependency Theory* (MDT) juga harus tetap relevan dan efektif.

2. Ellis's information Seeking Behavior Model

Model Perilaku Pencarian Informasi Ellis dikembangkan oleh David Ellis berdasarkan penelitian empiris bersama para ilmuwan sosial di akhir tahun 1980-an. Perilaku pencarian informasi mengacu pada cara orang mencari dan memanfaatkan informasi. Perilaku ini dipandang sebagai pencarian informasi yang bertujuan sebagai konsekuensi dari kebutuhan untuk memenuhi suatu tujuan (Ellis et al., 1993).

Perilaku ini merupakan tingkat mikro perilaku yang digunakan oleh pencari dalam berinteraksi dengan sistem informasi apa pun, baik antara pencari dan sistem, maupun metode murni untuk menciptakan dan menindaklanjuti suatu pencarian. Ellis mengusulkan dan menguraikan model umum perilaku pencarian informasi berdasarkan studi pola pencarian informasi yang dilakukan oleh ilmuwan sosial, peneliti fisika dan kimia, serta insinyur dan peneliti di perusahaan industri. Ellis mengidentifikasi serangkaian aktivitas pencarian informasi generik yang mungkin dilakukan individu selama pencarian informasi mereka. Penjelasan Ellis tentang berbagai perilaku yang terlibat dalam pencarian informasi tidak dituangkan dalam bentuk model diagramatik, dan Ellis tidak mengklaim bahwa berbagai perilaku tersebut merupakan satu rangkaian tahapan; bahkan, ia menggunakan istilah "*stages*". Ellis, dengan menggunakan pendekatan '*grounded theory*' Glaser dan Strauss, menyimpulkan delapan karakteristik generik dari pola pencarian informasi para ilmuwan sosial (Ellis, 1993).

a. Starting

Pada tahapan ini mencakup aktivitas-aktivitas yang membentuk pencarian informasi awal, seperti mengidentifikasi sumber-sumber menarik yang dapat menjadi titik awal pencarian. Sumber-sumber yang teridentifikasi sering kali mencakup sumber-sumber yang familier. Kemungkinan suatu sumber terpilih bergantung pada persepsi aksesibilitas dan kualitas informasi dari sumber tersebut. Persepsi aksesibilitas, yang merupakan jumlah upaya dan waktu yang dibutuhkan untuk menghubungi dan menggunakan suatu sumber, merupakan prediktor kuat penggunaan sumber bagi banyak kelompok pengguna informasi. Saat menelusuri sumber-sumber awal ini, terdapat kecenderungan untuk merujuk, menyarankan, atau merekomendasikan sumber atau referensi tambahan (Ellis et al., 1993). Dalam hal ini pemilih memulai pencarian informasi saat menghadapi pemilihan umum, sering kali didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan informasi tentang kandidat atau isu.

b. Chaining

Tahapan selanjutnya adalah aktivitas rantai yang dapat dilakukan secara mundur atau maju. Merangkai referensi atau tautan dari satu sumber ke sumber lainnya dapat dilakukan. Mereka dapat

menelusuri referensi dari satu artikel berita politik atau debat ke sumber lainnya, mencari koneksi dan informasi yang mendukung.

c. Browsing

Penjelajahan adalah aktivitas 'pencarian semi-terarah atau semi-terstruktur' di area-area potensial untuk pencarian. Chang dan Rice (1993) mendefinisikan penjelajahan sebagai "proses mengekspos diri terhadap suatu ruang sumber daya

dengan memindai kontennya (objek atau representasi) dan/atau strukturnya, yang mungkin menghasilkan kesadaran akan konten atau jalur yang tak terduga atau baru dalam ruang sumber daya tersebut." Penjelajahan terjadi dalam banyak situasi di mana informasi terkait telah dikelompokkan Bersama berdasarkan afinitas subjek, seperti halnya pemilih mungkin menjelajahi situs berita, media sosial, platform kampanye, atau diskusi komunitas untuk mendapatkan berbagai pandangan.

d. Differentiating

Dalam tahapan ini individu menyaring dan memilih dari sumber-sumber yang dipindai dengan memperhatikan perbedaan antara sifat dan kualitas informasi yang ditawarkan. Proses diferensiasi kemungkinan besar bergantung pada pengalaman individu sebelumnya atau awal dengan sumber tersebut,

rekomendasi dari mulut ke mulut dari kontak pribadi, atau ulasan dalam sumber yang dipublikasikan (Ellis, 1993). Taylor (1986) mengidentifikasi enam kategori kriteria yang dapat digunakan individu untuk memilih dan membedakan berbagai sumber: kemudahan penggunaan, pengurangan gangguan, kualitas, kemampuan beradaptasi, penghematan waktu, dan penghematan biaya. Dalam hal ini Individu akan menyaring sumber informasi berdasarkan kredibilitas, keberpihakan politik, dan kepercayaan.

e. Monitoring

Tahapan ini berbentuk aktivitas mengikuti perkembangan di suatu wilayah dengan secara berkala mengikuti sumber-sumber tertentu. Individu memantau dengan berfokus pada sejumlah kecil sumber inti yang bervariasi di antara kelompok profesional, tetapi biasanya mencakup kontak pribadi dan publikasi penting. Selama musim pemilu, banyak pemilih terus-menerus mengunjungi kembali sumber-sumber tertentu untuk tetap mendapatkan informasi terbaru tentang perkembangan, jajak pendapat, atau skandal.

f. Extracting

Beberapa pemilih secara sistematis menganalisis *platform* kebijakan, manifesto, atau rekam jejak kandidat. Aktivitas menelusuri sumber atau sumber-sumber tertentu secara sistematis

untuk mengidentifikasi materi yang menarik. Proses ini secara selektif mengidentifikasi materi yang relevan dalam suatu sumber informasi; sebagai bentuk penelusuran retrospektif, ekstraksi dapat dilakukan dengan berkonsultasi langsung dengan sumber tersebut, atau dengan menelusuri secara tidak langsung bibliografi, indeks, atau basis data daring. Penelusuran retrospektif cenderung padat karya, dan lebih mungkin dilakukan ketika dibutuhkan informasi komprehensif atau historis tentang suatu topik.

g. Verifying

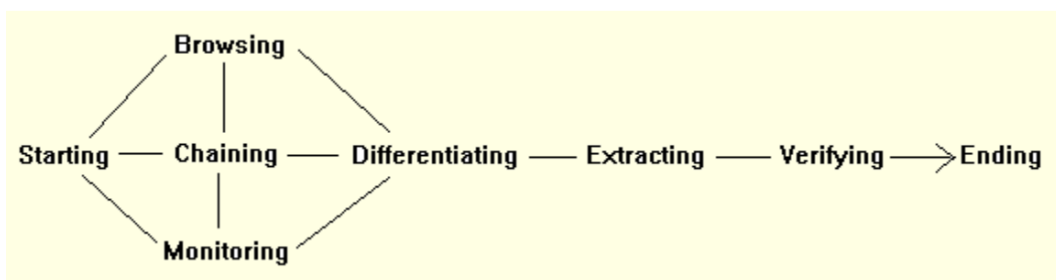
Memeriksa fakta klaim politisi atau melakukan referensi silang data merupakan fungsi vital, terutama di era misinformasi. Fungsi ini melibatkan pemeriksaan keakuratan informasi yang diperoleh pengguna dari berbagai sumber.

h. Ending

Pencarian berakhir saat pemilih mengambil keputusan, seringkali tepat sebelum memberikan suara, meskipun beberapa mungkin melanjutkan pencarian informasi hingga hari pemilihan. Akhir pencarian dapat diartikan sebagai 'menyelesaikan masalah yang belum terselesaikan' melalui pencarian akhir. Di sini, tugas pencarian informasi telah selesai dan pengguna telah memperoleh

semua informasi yang dibutuhkan, sehingga kebutuhannya telah terpenuhi.

Penjelasan Ellis tentang berbagai perilaku yang terlibat dalam pencarian informasi tidak dituangkan dalam bentuk model diagramatik dan Ellis tidak mengklaim bahwa berbagai perilaku tersebut merupakan satu set tahapan tunggal, ia menggunakan istilah '*stages*' dan bukan 'tahapan' (Fisher et al., 2005).



Gambar 1.2 David Ellis' (1993) Information Seeking Framework Model

Ellis mencatat bahwa, 'interelasi atau interaksi detail fitur-fitur dalam setiap pola pencarian informasi individual akan bergantung pada keadaan unik aktivitas pencarian informasi orang yang bersangkutan pada titik waktu tertentu'. Namun, jelas bahwa 'memulai' harus memulai suatu proses dan 'mengakhiri' harus mengakhirinya. Masuk akal untuk menyarankan bahwa 'verifikasi' adalah tahap kedua terakhir dalam suatu proses dan bahwa 'ekstraksi' harus mengikuti perilaku pencarian spesifik seperti 'penjelajahan'. Untuk menyimpulkan bahwa 'ekstraksi' bukanlah perilaku informasi yang sama jenisnya dengan

'penjelajahan', atau 'merantai' atau 'pemantauan', dan 'diferensiasi' juga merupakan jenis perilaku yang berbeda. Penjelajahan, perangkaian, dan pemantauan adalah prosedur pencarian, sedangkan diferensiasi adalah proses penyaringan dan ekstraksi suatu tindakan yang dilakukan pada sumber informasi (Ellis, 1993).

Perilaku-perilaku lainnya tidak selalu terjadi dalam urutan tertentu dan dapat dimulai dalam urutan yang berbeda pada waktu yang berbeda dalam keseluruhan proses pencarian. Model Ellis tampaknya berada di antara analisis mikro perilaku pencarian (memulai, merangkai, mengekstrak, memverifikasi, mengakhiri) dan analisis makro perilaku informasi secara umum (menelusuri, memantau, membedakan) (Fisher et al., 2005).

Dampak pada Keputusan Pemungutan Suara penelitian menunjukkan bahwa pencarian informasi aktif, seperti yang dimodelkan oleh Ellis, menghasilkan retensi yang lebih baik dan pertimbangan yang lebih mendalam terhadap isu-isu politik. Pemilih yang terlibat dalam berbagai perilaku terutama menelusuri, membedakan, dan memverifikasi lebih cenderung membuat pilihan berdasarkan informasi berdasarkan isu-isu substantif, alih-alih heuristik atau isyarat yang dangkal (Heiss et al., 2020). Efektivitas pencarian informasi dalam meningkatkan keputusan pemungutan suara bergantung pada kualitas sumber yang digunakan dan ketelitian (kedalaman) pencarian. Pemilih yang tekun memantau, memverifikasi, dan mengekstrak informasi cenderung mengembangkan preferensi pemungutan suara yang lebih kuat dan berbasis

kebijakan. Kemudian sifat non-linier dan adaptif dari model Ellis mencerminkan konteks elektoral di dunia nyata, di mana isu-isu baru, berita terkini, dan pesan kampanye yang terus berkembang mengharuskan pemilih untuk meninjau kembali dan menyesuaikan strategi pencarian informasi mereka (Vössing & Weber, 2019a).

Model Perilaku Pencarian Informasi Ellis menyoroti beragam strategi dan jalur yang digunakan pemilih untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi politik. Dalam konteks pemilu, model ini menyoroti pentingnya perilaku pencarian informasi yang aktif, berulang, dan multifaset untuk membuat keputusan pemungutan suara yang terinformasi, terutama dalam lingkungan yang kompleks dan kaya informasi.

3. Teori Perilaku Memilih

Perilaku dapat dipahami sebagai pemikiran dan Tindakan manusia yang memiliki kaitan dengan proses pemerintahan . dalam konsep politik, perilaku politik itu sendiri dapat mencakup reaksi internal berupa pemikiran, persepsi, sikap, keyakinan ataupun Tindakan yang tidak terlihat dalam proses politik (pemungutan suara, protes, lobi, pertemuan, kampanye). Oleh karena itu, suatu perilaku tidak sekedar ditafsirkan sebagai ide atau jawaban yang abstrak. Menurut Martin Harrop dan William, teori ini memiliki dasar pada pendekatan sosiologis Miller yang mengacu pada teori penularan atau *contagion theory*. Menurut teori ini, sebuah keputusan politik yang diambil seseorang adalah : partisipasi dalam bentuk antusiasme masyarakat yang berpartisipasi dalam

sebuah kegiatan politik yang menularkan pada orang lain melalui kontak sosial layaknya penyakit menular dan dapat dikatakan perilaku politik pribadi, apa yang kita diskusikan bersana pada akhirnya menjadi keputusan bersama (Harrop et al., 1987). Sedangkan menurut Ramlan Surbakti, perilaku memilih adalah proses kegiatan warga negara untuk membuat keputusan dalam politik baik itu apakah milih atau tidak memilih dalam pemilihan umum. Jika memilih apakah memilih partai tertentu atau memilih kandidat tertentu (Surbakti, 2003). Pemilih memilih kontestan tertentu dan bukan kontestan yang lain merupakan bentuk aktualisasi sebuah sikap warga negara. Secara lebih lanjut bahwa sikap politik dapat dinyatakan sebagai sebuah kesiapan untuk bereaksi terhadap objek tertentu yang bersifat politik sebagai hasil penghayatan terhadap objek tersebut. Berdasarkan sikap politik kemudian akan dapat diperkirakan perilaku politik apa yang muncul.

Terdapat beberapa komponen dalam pelaksanaan Pemilu yaitu terdapat orang yang dipilih (kontestan Pemilu) dan orang yang memilih (pemilih dalam Pemilu). Sebuah sikap yang muncul dan diberikan oleh pemilih terhadap objek politik dinamakan perilaku memilih. Jack C Plano menempatkan perilaku sebagai pemikiran dan Tindakan manusia yang berkaitan dengan proses pemerimtahan. Perilaku pemilih merupakan suatu studi yang memusatkan diri pada bidang yang menggeluti kebiasaan atau kecenderungan pilihan rakyat. Menurut Plano perilaku memilih merupakan suatu studi yang memusatkan diri pada bidang yang menggeluti kebiasaan atau kecenderungan pilihan rakyat pada pemilihan umum serta latar belakang mengapa mereka melakukan itu.

Adanya pemberian suara atau *voting* secara umum dapat ditingkatkan dalam makna sebuah proses yang mana seorang anggota dalam suatu kelompok menyatakan pendapatnya dan ikut menentukan konsensus diantara anggota kelompok seorang pejabat maupun keputusan yang diambil. Perilaku memilih ini pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor internal yang berasal dari dalam individu seperti tingkat kecerdasan, idealisme, ataupun berupa kehendak dalam diri dan faktor eksternal yang terpengaruh oleh kondisi lingkungan seperti kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan sebagainya.

Robert D Putnam memandang bahwa dalam sistem politik terdiri dari lapisan-lapisan seperti halnya stratifikasi sosial yang mana salah satu lapisannya disebut kaum pemilih (*voters*), lapisan ini dalam sistem stratifikasi politik di negara penganut sistem demokrasi perwakilan adalah lapisan massa warga negara biasa yang hanya bisa mempengaruhi kehidupan politik nasional Ketika diselenggarakan pemilihan umum. Kaum pemilih ini memiliki satu sumber politik kolektif penting yaitu jumlahnya yang besar, tetapi sebagai individu mereka tidak mempunyai pengaruh politik sama sekali (Mas'ood, 1997).

Newman dalam Nursal (Nursal, 2004) membagi pemilih berdasarkan perilaku dalam empat segmen, yaitu :

1. Pemilih Rasional, adalah pemilih yang memfokuskan perhatian pada faktor isu dan kebijakan kontestan dalam menentukan pilihan.

2. Pemilih Emosional, adalah pemilih yang dipengaruhi oleh perasaan-perasaan tertentu yang ditentukan oleh faktor personalitas kandidat dalam menentukan pilihannya.
3. Pemilih sosial, adalah pemilih yang mengasosiasikan kontestan Pemilu dengan kelompok-kelompok sosial tertentu dalam menentukan pilihannya.
4. Pemilih Situasional, adalah pemilih yang dipengaruhi faktor - faktor situasional atau kondisi tertentu dalam menentukan pilihannya.

Dalam hal ini sikap politik pada umumnya memiliki sifat relatif menetap atau tidak mudah berubah. Istilah sikap politik erat hubungannya dengan *political efficacy*. Menurut Schutz *political efficacy* secara umum berisi tentang *self efficacy* yang merupakan penilaian tentang seberapa baik seseorang dapat menampilkan perilaku yang dibutuhkan untuk mengatasi situasi atau tugas tertentu (Schultz & Schultz, 2020). Penilaian ini memiliki pengaruh kuat terhadap pilihan-pilihan individu, usaha, ketekunan, serta emosi yang dikaitkan dengan tugas. Konsep *self efficacy* merupakan elemen penting dari teori sosial kognitif tentang proses belajar, dimana pembelajar mengalami proses belajar secara langsung. Sikap politik dalam bidang politik dapat dilihat dari kepercayaan individu yang umumnya dikaitkan dengan pengalaman langsung individu yang terlibat dalam partisipasi politik atau persepsi tentang partisipasi politik berdasarkan pengalaman orang lain.

Political efficacy dalam pandangan tradisional adalah persepsi yang dimiliki seseorang tentang dirinya dan kemampuannya untuk mempengaruhi

politik pada situasi tertentu. *political efficacy* merupakan perasaan tentang tindakan individu dalam bidang politik akan membawa atau akan dapat berdampak bagi perubahan proses politik. *political efficacy* merupakan persepsi individual yang berkaitan dengan seseorang dalam mempengaruhi proses kebijakan. *Political efficacy* adalah perasaan individu mengenai kemampuan yang ia miliki untuk mengerti politik dan keberhasilan yang mereka dapatkan ketika terlibat dalam proses politik. *Political efficacy* berperan sebagai kepercayaan terhadap kemampuannya untuk memahami politik, untuk didengar dan untuk membuat perubahan politik. *political efficacy* yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi dan kepercayaan yang dimiliki seseorang tentang kemampuannya dalam memahami politik, untuk didengar dan untuk membuat perubahan politik.

Selanjutnya menurut Paul F. Lazarsfeld dalam bukunya berjudul *The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (Lazarsfeld et al., 1968), terdapat tiga faktor determinan bagi pemilih dalam menentukan pilihan politiknya. Ketiga faktor tersebut sangat mempengaruhi pertimbangan pemilih yakni :

1. Karakteristik sosial yang mempengaruhi pemilih seperti kelas sosial, agama, etnisitas, dan lingkungan tempat tinggal. Karakteristik sosial ini sering kali berhubungan dengan latar belakang individu yang menentukan perspektif politik mereka. Karakteristik ini membentuk preferensi politik seseorang

sejak awal dan memberi dasar yang kuat dalam menentukan afiliasi politik mereka.

2. Pengaruh keluarga dan kelompok, pemilih memiliki kecenderungan terpengaruh oleh norma- norma kelompok dan keluarga. Dalam pengaruh keluarga di sokong oleh beberapa aspek yang meliputi pewarisan afiliasi politik, diskusi dan opini dalam keluarga. Kemudian dalam pengaruh kelompok dipengaruhi oleh aspek adanya konsep “pemimpin opini” yaitu individu- individu dalam kelompok sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap pandangan politik orang lain.
3. Pengaruh Media dan Kampanye, hal ini berkaitan dengan cara informasi politik disebarkan kepada pemilih dan bagaimana media serta kampanye mempengaruhi opini politik mereka. Namun menurutnya meskipun media dan kampanye memiliki peran dalam mempengaruhi opini politik, pengaruhnya lebih terbatas dan bergantung pada interaksi dengan faktor-faktor sosial lainnya.

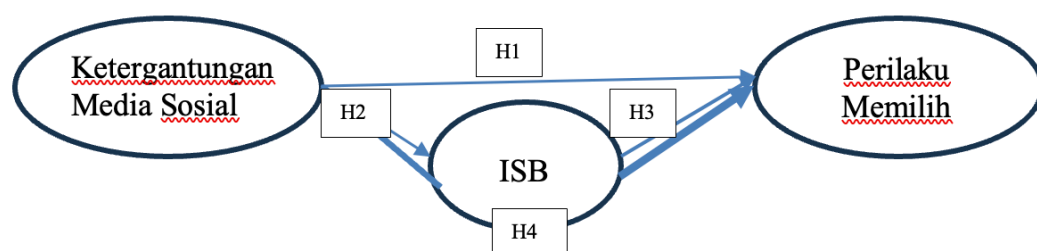
Perilaku Memilih dalam penelitian ini didefinisikan secara spesifik sebagai stabilitas preferensi individu terhadap partai atau calon tertentu yang merupakan hasil akhir (output) dari proses pencarian informasi aktif (ISB). Definisi ini didasarkan pada pertimbangan teoretis bahwa kualitas keputusan politik tidak cukup diukur dari partisipasi semata, tetapi perlu dilihat dari seberapa kokoh preferensi yang melandasinya. Stabilitas preferensi mencerminkan bahwa keputusan telah melalui proses pertimbangan matang berdasarkan informasi yang dikumpulkan, diverifikasi, dan diekstraksi melalui tahapan-tahapan ISB. Dengan

kata lain, stabilitas menjadi indikator bahwa pemilih telah memproses informasi secara mendalam (*central route*) dan tidak mudah goyah oleh isu-isu temporer atau kampanye negatif.

Untuk mengukur konstruk ini, penelitian menggunakan empat indikator yang terdiri dari satu indikator inti dan tiga indikator kontekstual. Pemisahan ini penting untuk membedakan secara konseptual antara perilaku memilih (yang diwakili oleh stabilitas preferensi) dan partisipasi politik (yang diwakili oleh tindakan-tindakan yang merefleksikan konsekuensi dari preferensi tersebut).

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai variable yang teridentifikasi sebagai permasalahan yang signifikan (Sekaran & Bougie, 2016). Gambar 2.1 kerangka berpikir menjelaskan variable Ketergantungan Kepada Media Sosial; (X) sebagai variable independent, variable *mediating* yaitu *Information Seeking Behavior* (Z), dan Perilaku Memilih (Y) sebagai variable dependen.



Gambar 1.3 Kerangka Berpikir

Keterangan:

H1 = Hipotesis 1

H2 = Hipotesis 2

H3 = Hipotesis 3

H4 = Hipotesis 4

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara bagi rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2016). Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, tetapi belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Peneliti telah menentukan hipotesis sebagai berikut sebagai jawaban sementara rumusan masalah pada penelitian pengaruh media sosial terhadap perilaku memilih mahasiswa perantauan dalam Pemilihan Umum Serentak Tahun 2024 di Kota Salatiga :

1. Pengaruh Ketergantungan Kepada Media Sosial terhadap Perilaku Memilih

Media Dependency menghubungkan interelasi antara sistem sosial yang luas, media massa, dan individu ke dalam penjelasan komprehensif tentang efek media. Hipotesis dari ketergantungan dasar menyatakan bahwa semakin seseorang bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin penting media

dalam kehidupannya, dan oleh karena itu semakin besar pula efek media terhadapnya (Ball-Rokeach, 2008). Mekanisme pengaruh menurut *Media Dependency Theory* (MDT), media massa memainkan peran krusial yang pertama, menginformasikan dan Membujuk Pemilih. Media menyediakan informasi tentang kandidat politik, kebijakan, dan isu sosial, yang membentuk persepsi dan keyakinan pemilih. Individu yang lebih bergantung pada media untuk mendapatkan informasi politik cenderung lebih terpengaruh dalam sikap politik mereka dan pada akhirnya, keputusan memilih mereka.

Hasil penelitian sebelumnya tentang ketergantungan kepada media sosial terhadap perilaku memilih membuktikan bahwa penggunaan media sosial berhubungan positif dan signifikan dengan peningkatan perilaku partisipasi politik dan *voting activity* (W. Kurniawan et al., 2024). Interaksi antara media sosial dan diskusi politik di media sosial secara signifikan memprediksi adanya kecenderungan memilih, mendukung tesis dari *Media Dependency Theory* (MDT) bahwa ketergantungan media menciptakan efek perilaku langsung pada pemilih muda. Efek penggunaan media sosial lebih kuat Ketika dikombinasikan dengan adanya pengalaman politik dari media tradisional (Intyaswati et al., 2021). Studi ini menegaskan bahwa temuan Ball-Rokeach yakni ketergantungan terhadap media, khusus media sosial sebagai sumber informasi politik, memperbesar kemungkinan pemilih perantau untuk memilih. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diformulasikan adalah :

H1: Ketergantungan kepada media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih.

2. Pengaruh Ketergantungan Kepada Media Sosial terhadap *Information Seeking Behavior*

Hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh ketergantungan kepada media sosial terhadap *Information Seeking Behavior* membuktikan bahwa ketergantungan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi politik secara langsung meningkatkan intensitas pencarian informasi politik (Jun & Firdaus, 2023). Semakin tinggi ketergantungan individu terhadap media sosial untuk tujuan pengambilan keputusan politik, memahami isu, dan membangun identitas politik, dalam hal ini semakin aktif pula perilaku pencarian informasi politik yang mereka lakukan (aktif membaca, melakukan penelusuran, mengevaluasi, berdiskusi) (Jun & Firdaus, 2023). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diformulasikan adalah :

H2 : Ketergantungan kepada media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *information seeking behavior*.

3. Pengaruh *Information Seeking Behavior* terhadap Perilaku Memilih

Hasil penelitian sebelumnya tentang ISB terhadap perilaku memilih membuktikan bahwa *political information seeking* secara mendalam berpengaruh positif terhadap preferensi dan sikap pemilih. Pencarian informasi yang aktif memperbesar kemungkinan pemilih membuat keputusan yang lebih

rasional, terinformasi, dan berbasis isu, tidak hanya sekedar mengikuti arus atau tekanan sosial (Zhang & Gao, 2024c). Zhang menyatakan bahwa *intensive and meaningful information seeking* membentuk *informed voting preferences* sehingga perilaku memilih menjadi lebih reflektif dan partisipatoris. Dalam *American Economic Review* menemukan perilaku pencarian informasi yang tinggi mendorong agregasi pengetahuan politik yang lebih baik sehingga menghasilkan perilaku memilih berbasis informasi (Levy & Razin, 2015). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diformulasikan adalah :

H3 : *Information seeking behavior* (ISB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih.

4. Pengaruh mediasi *Information Seeking Behavior* pada Ketergantungan Kepada Media Sosial terhadap perilaku memilih

ketergantungan media secara langsung membentuk sikap dan perilaku melalui mekanisme kognitif yang melibatkan pencarian dan pemrosesan informasi (Nurlina et al., 2024). Ketergantungan media sosial yang tinggi mendorong individu melakukan pencarian informasi aktif (ISB), yang kemudian menjadi perantara (mediasi) dalam pengambilan keputusan, termasuk perilaku memilih. Studi empiris di berbagai penelitian politik digital menunjukkan ketergantungan media sosial mendorong perilaku pencarian informasi politik secara intensif, yang selanjutnya meningkatkan partisipasi politik, termasuk perilaku memilih. Beberapa penelitian kuantitatif menunjukkan model mediasi penuh ISB antar ketergantungan media sosial (X)

dan perilaku memilih (Y), terkhusus pada populasi pemilih muda dan pemilih perantau yang belum memiliki basis informasi kuat dari lingkungan sekitar (Nurlina et al., 2024). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diformulasikan adalah :

H4 : *Information seeking behavior* berperan sebagai mediasi pada pengaruh ketergantungan kepaad media sosial terhadap perilaku memilih.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian yang penting dalam suatu proses penelitian. Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menggunakan nilai numerik yang diperoleh dari observasi untuk menjelaskan dan mendeskripsikan fenomena yang dapat direfleksikan oleh observasi tersebut. Dalam judul penelitian ini, terdapat tiga variabel utama yang ingin dijelaskan yaitu :

1. *Ketergantungan Media Sosial* (variable independen)
2. *Information Seeking Behavior* (variable mediator)
3. *Perilaku Memilih* (variable dependen)

Dengan demikian melalui penelitian deskriptif kuantitatif ini berusaha untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *information seeking behavior* dapat mempengaruhi perilaku memilih pemilih mahasiswa perantauan di Kota Salatiga pada Pemilu tahun 2024.

1.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1.8.2.1 Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data primer yang diisi oleh responden penelitian (mahasiswa perantauan di Kota Salatiga). Kuesioner merupakan daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang disusun secara sistematis berdasarkan indikator dari variabel-variabel penelitian (Pratama & Cahyono, 2021). Kuesioner dikembangkan dengan menggunakan skala likert dari 1 = sangat tidak setuju; 2 = tidak setuju; 3 = Ragu-ragu; 4 = setuju; 5 = sangat setuju. Guna mempersingkat waktu dan efektivitas peneliti menggunakan *Google Form* dalam penyebaran kuesioner melalui nomer Whatshapp responden yang didapatkan dari sumber KPUD Kota Salatiga .

1.8.2.2 Dokumentasi

Terdapat sumber sekunder untuk memperkuat Analisa dalam penelitian ini. Data – data tersebut bersumber dari berbagai jurnal, artikel, buku media cetak ataupun elektronik serta laporan dokumen pemerintah

untuk mendapatkan data peneliti dapat mengambil data yang mungkin tidak diungkapkan partisipan dalam proses wawancara. dokumentasi adalah suatu Teknik pengumpulan data dengan menghimpun, dan menganalisis dokumen- dokumen baik yang tertulis; gambar atau foto; maupun elektronik. Dokumentasi dalam penelitian ini yakni berupa dokumen-dokumen yang dibutuhkan peneliti. Seperti dokumentasi terkait dengan partisipasi pemilih perantauan khususnya pada mahasiswa perantauan di Kota Salatiga.

1.8.3 Variabel dan Pengukuran

Variable merupakan elemen dari penelitian kuantitatif, yang mana elemen tersebut mempunyai beragam nilai berbentuk kuantitatif yang dapat berubah nilainya. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah variable yang beradasrkan pada hubungan yaitu :

a. Varibel Independen (X) : Ketergantungan kepada Media Sosial

Merupakan variable yang mempengaruhi variable dependen, variable independen dapat diukur dan dimanipulasi untuk menemukan fenomena yang diamati. Variable independent merupaakn variable yang diprediksi dalam penelitian (Pratama & Cahyono, 2021). Dalam hal ini definisi operasional variable, ketergantungan kepada media sosial sesuai dengan teori *Media Dependency Theory* (MDT), kondisi di mana seseorang semakin menggantungkan pemenuhan kebutuhan informasi atau tujuan

tertentu pada media sosial, sehingga media sosial menjadi semakin berpengaruh dalam kehidupannya (Ball-Rokeach, 1985).

Indikator:

1. Intensitas penggunaan media sosial (frekuensi/durasi).
2. Tingkat kepercayaan informasi politik di media sosial.
3. Ketergantungan media sosial sebagai sumber utama informasi politik.
4. Pengaruh media sosial dalam pembentukan opini politik.

Skala: Likert 5 poin

a. Variabel Mediator (M) : Information Seeking Behavior

Merupakan variabel yang menjadi penghubung atau penyela antara variabel dependen dan independent. Variable *mediating* atau mediasi berada di antara variable dependen dan independen (Abdullah, 2015).

Berdasarkan model Ellis (1993), diukur melalui 8 indikator:

1. *Starting* (mengidentifikasi sumber informasi awal).
2. *Chaining* (merujuk tautan/referensi antar sumber).
3. *Browsing* (menjelajah berbagai platform/media).
4. *Differentiating* (menyaring sumber berdasarkan kredibilitas).
5. *Monitoring* (memantau perkembangan informasi berkala).
6. *Extracting* (mengeksrak informasi kebijakan kandidat).
7. *Verifying* (memverifikasi klaim politik).
8. *Ending* (mengakhiri pencarian setelah keputusan).

Skala: Likert 5 poin.

b. Variabel Dependen (Y) : Perilaku Memilih

Variable yang dipengaruhi oleh variable independent dan bisa juga disebut sebagai variable konsekuen atau hasil. Variable independen merupakan variable yang di observasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variable independen (Abdullah, 2015).

Berdasarkan model Falcão et al., (2023), diukur melalui 4 indikator:

Indikator:

1. Partisipasi dalam pemungutan suara.
2. Pertimbangan berbasis isu substantif (kebijakan, rekam jejak).
3. Stabilitas preferensi politik.
4. Keterlibatan dalam diskusi politik.

Skala: Likert 5 poin.

1.8.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Penentuan ukuran sampel untuk analisis Stuctural Equation Modeling (SEM) menggunakan Teknik Maximum Likelihood Estimation (MLE) mengikuti pedoman yang lebih kompleks daripada analisis regresi. Menurut Hair et al. (2019), penentuan sampel didasarkan pada rasio 10:1 hingga 20:1 antara jumlah responden dengan jumlah parameter yang diestimasi dalam model (seperti *loading factor* dan koefisien jalur). Dengan mempertimbangkan kompleksitas model yang diusulkan, yang mencakup sejumlah variable laten dan indikator, serta untuk memastikan kekuatan statistic (statistical power) yang memadai, penelitian ini menargetkan ukuran sampel sebesar 200 respponden. Jumlah ini telah memenuhi ambang batas

minimum absolut yang disyaratkan yaitu 100 – 150 responden dan berada dalam kisaran yang direkomendasikan (200-400 responden). Guna mencapai target tersebut, Teknik pengumpulan data akan memperhitungkan perkiraan response rate untuk menentukan jumlah kuesioner yang disebar.

Berdasarkan hasil penghitungan diatas sampel yang diambil berjumlah 200 orang pemilih perantauan yang ikut dalam Pemilu Serentak tahun 2024 di Kota Salatiga. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu penentuan sampel responden dengan berdasarkan pada kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriterianya adalah sebagai berikut: mahasiswa perantauan yang terdaftar pada dua universitas besar di Salatiga yaitu Universitas Kristen Satya Wacana dan Universitas Islam Negeri Salatiga yang berasal dari luar provinsi Jawa Tengah.

1.8.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah konvensi yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan Panjang interval pendek suatu alat ukur sehingga alat ukur tersebut memberikan data kuantitatif (Creswell, 2014). Peneliti secara khusus mendefinisikan variabel survei dan memasukkannya ke dalam kuesioner/daftar kuesioner. Penulis menggunakan skala, skala Likert dan skala Guttman. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Kemudian menggunakan skala Gutmann untuk mendapatkan jawaban pasti untuk masalah tertentu. Skor untuk pertanyaan positif diberikan 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan untuk pertanyaan negatif,

skornya adalah 1, 2, 3, 4, dan 5. Pilihan jawaban dalam skala Likert meliputi sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

1.8.6 Instrumen Penelitian

Adapun penyusunan instrument penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala numerik yang digunakan untuk memperoleh respon dengan memberikan skala berupa angka dengan kata sifat di kedua ujungnya (Abdullah, 2015).

Tabel 1.3 Item Pertanyaan

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Ketergantungan Kepada Media Sosial (BALL-ROKEACH, 1985)	Intensitas penggunaan media sosial (frekuensi/durasi).	1
	Tingkat kepercayaan informasi politik di media sosial.	1
	Ketergantungan media sosial sebagai sumber utama informasi politik.	1
	Pengaruh media sosial dalam pembentukan opini politik.	1
Perilaku memilih (Falcão et al., 2023)	Partisipasi dalam pemungutan suara.	1
	Pertimbangan berbasis isu substantif (kebijakan, rekam jejak).	1
	Stabilitas preferensi politik.	1
	Keterlibatan dalam diskusi politik.	1

Information Seeking Behavior (Ellis, 1993)	<i>Starting</i> (mengidentifikasi sumber informasi awal).	1
	<i>Chaining</i> (merujuk tautan/referensi antar sumber).	1
	<i>Browsing</i> (menjelajah berbagai platform/media).	1
	<i>Differentiating</i> (menyaring sumber berdasarkan kredibilitas).	1
	<i>Monitoring</i> (memantau perkembangan informasi berkala).	1
	<i>Extracting</i> (mengeksrak informasi kebijakan kandidat).	1
	<i>Verifying</i> (memverifikasi klaim politik).	1
	<i>Ending</i> (mengakhiri pencarian setelah keputusan).	1
Total	16	16

1.8.7 Teknik Analisis Data Kuantitatif

Pada penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan *Structural Equation Modelling* berbasis *Partial Least Squares Path Modeling* (SEM-PLS). Model analisis tersebut dipilih karena tujuan penelitian ini dalam rangka untuk menguji hipotesis bukan untuk menguji sebuah model

penelitian. Terdapat dua tahapan dalam ujimodel SEM-PLS, yakni tahap pertama menguji teori pengukuran untuk memastikan reliabilitas dan validitas model pengukuran. Setelah model pengukuran dikonfirmasi, melanjutkan ke pengujian teori struktural. Logikanya adalah teori pengukuran harus dikonfirmasi terlebih dahulu sebelum menguji teori struktural, karena teori struktural tidak dapat dikonfirmasi jika pengukurannya tidak dapat diandalkan atau tidak valid (Hair Jr et al., 2021).

Pengujian menggunakan SEM-PLS dalam penelitian ini terdiri 1 dari dua yaitu model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Pengukuran outer model terdiri dari uji validitas konstruk dan uji reliabilitas. Kemudian pengukuran model struktural terdiri dari dua penilaian yakni penilaian nilai *R-Square* dan signifikansi (Solling Hamid & M Anwar, 2019).

1.8.7.1 Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Berikut ini norma yang digunakan untuk mengukur validitas (konvergen dan diskriminan) dan realibilitas :

a. Validitas Konvergen

Uji validitas ini terdiri dari dua pengukuran yakni nilai Reflective loading factor dan AVE. kriteria nilai loading faktor $>0,0708$ dan AVE $>0,05$ (Hair Jr et al., 2021).

b. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan terdiri dari beberapa pendekatan yakni pendekatan Fornell-Lacker Criterion, Uji *Cross Loading*, dan uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Adapun untuk kriteria uji Fornell-Larcker adalah nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari korelasi kuadrat dengan kuadrat konstruk lainnya. Kemudian untuk kriteria uji *cross loading* adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Adapun kriterianya adalah nilai *cross loading* >0.07 , dan untuk uji HTMT $<0,85$ (Duryadi & Si, 2021).

c. Realibilitas konsistensi internal

Adapun uji ini adalah dengan melihat nilai *composite reliability*. Adapun kriterianya adalah nilai *composite reliability* >0.07 . nilai keandalan yang tinggi menunjukkan nilai keandalan yang semakin baik. Penelitian yang tergolong dalam penelitian eksplorasi dapat menggunakan acuan nilai reliabilitas antara 0,60 dan 0,70 untuk kategori “dapat diterima”. Serta nilai 0,70 dan 0,90 termasuk kedalam kategori memuaskan hingga baik (Hair Jr et al., 2021).

1.8.7.2 Model Pengukuran Struktural

a. R-squared

Uji R-square (R^2) dalam SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*) digunakan untuk menilai seberapa baik model yang dibangun menjelaskan variabilitas dari konstruk

dependen (terikat). Nilai R^2 menunjukkan proporsi varian dari konstruk dependen yang dapat dijelaskan oleh satu atau lebih konstruk independen (bebas) dalam mode (Hair, 2014). Nilai R-Square adalah nilai yang menyatakan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan varians dari variabel dependen (I. Kurniawan & Husin, 2023). Adapun kriteria nilai R Square adalah 0,75 diartikan kuat, 0,50 diartikan sedang, dan 0,25 diartikan lemah (Hair Jr et al., 2021).

b. Predictive Relevance (Q^2)

Uji predictive relevance (Q^2) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model statistik dapat memprediksi data baru. Dalam konteks Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), Q^2 membantu penelitian untuk mengetahui apakah model yang dibuat dapat memprediksi hasil dengan baik, tidak hanya cocok dengan data yang dimiliki saat ini (Hair Jr et al., 2021). Adapun kriterianya Q^2 positif ($Q^2 > 0$): model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Ini berarti model tidak hanya cocok dengan data yang sudah ada, tetapi juga dapat memprediksi data baru dengan baik (Henseler et al.). Q^2 nol atau negatif ($Q^2 \leq 0$): Model tidak memiliki kemampuan prediktif. Ini berarti model tidak mampu memprediksi data baru dengan baik, sehingga tidak dapat diandalkan untuk prediksi (Henseler et al.). Dampak nilai prediktif Q^2 dapat dinilai dengan menggunakan ukuran Q^2 : nilai 0,02, 0,15,

dan 0,35 menunjukkan relevansi prediktif yang kecil, sedang, atau besar (Henseler et al., 2009).

1.8.7.3 Pengujian Hipotesis

a. Analisis Koefisiensi Jalur (Path Analysis)

Data dari *path coefficients* digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh secara langsung. Pengukuran uji tersebut dengan kaidah nilai jika sig (P.Valus), 0,05 dan T-statistiknya $> 1,96$. Maka hipotesis diterima (Hair, 2014).

b. Pengujian Mediasi

Efek tidak langsung adalah jalur model struktural yang melibatkan rangkaian hubungan dengan setidaknya satu konstruksi perantara yang terlibat. Dengan demikian, efek tidak langsung adalah rangkaian dari dua atau lebih efek langsung dan direpresentasikan secara visual oleh beberapa anak panah (Hair Jr et al., 2021). Menurut Hair dkk, beberapa tipe mediasi terbagi menjadi :

- Mediasi komplementer (*partial mediation*): efek tidak langsung dan efek langsung signifikan dan mengarah ke arah yang sama.
- Mediasi kompetitif (*partial mediation*): efek tidak langsung signifikan tetapi mengarah ke arah yang berlawanan.

- Mediasi hanya tidak langsung (*full mediation*) : efek tidak langsung signifikan, tetapi efek langsung tidak signifikan (Hair Jr et al., 2021).

Selain itu, terdapat dua jenis non-mediasi :

- Non- mediasi hanya efek langsung saja (*no mediation*) : efek langsung signifikan, tetapi tidak efek tidak langsung.
- Non- mediasi tanpa efek (*no mediation*): baik efek langsung maupun tidak langsung tidak signifikan (Hair Jr et al., 2021).