

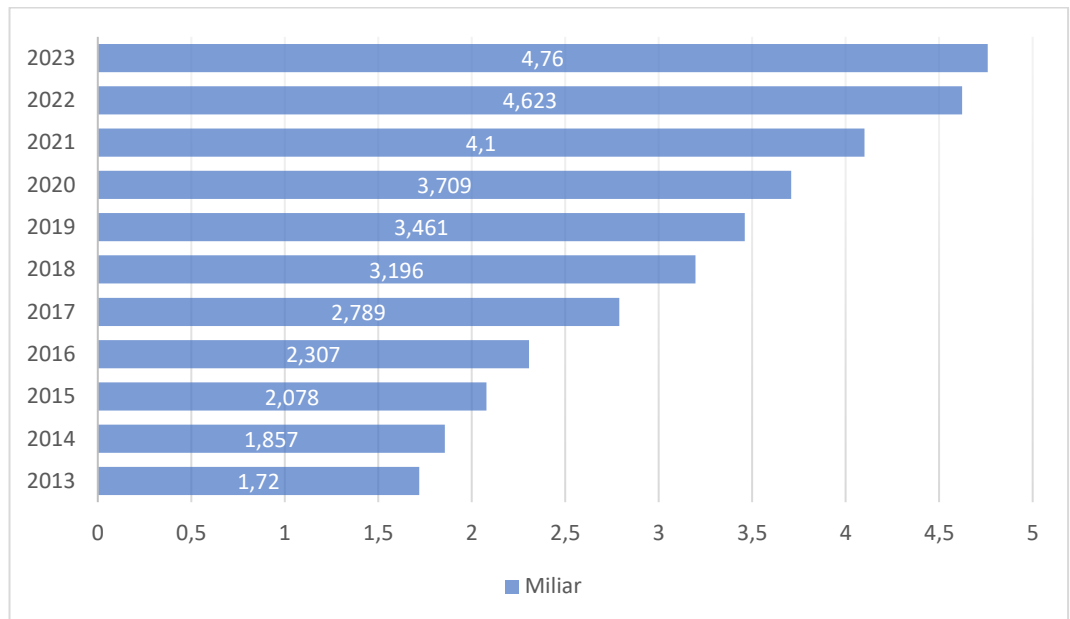
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan sebuah media baru yang dapat dijadikan sebagai alat berkomunikasi. Media sosial menawarkan para penggunanya untuk dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia. Media sosial hadir bagi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi tanpa adanya batas ruang dan waktu (Fadiyah & Simorangkir, 2021: 14). Selain berkomunikasi, media sosial sendiri memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat berbagi informasi berupa gambar maupun video.

Menurut Rulli Nasrullah (2015: 9), seorang konsultan komunikasi dan pakar media sosial memaparkan bahwasannya media sosial merupakan media daring yang dapat memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta membangun hubungan sosial secara virtual. Berdasarkan dari Data Reportal mengenai pengguna media sosial secara global per tahun 2023, total pengguna aktif media sosial sebesar 4,76 miliar yang tersebar di seluruh dunia. Total data tersebut sebanding dengan 60% populasi dunia. Selama 10 tahun terakhir pula, pengguna media sosial mengalami pertumbuhan yang pesat (Yonatan, 2023).



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023

Sumber: Data Reportal (2024)

Melihat dari banyaknya pengguna dan beragam keunggulan yang sangat menjanjikan. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh beberapa oknum yang berkepentingan untuk menggunakan media sosial sebagai alat berpolitik. Karena memiliki jaringan yang luas dan aksesnya yang mudah, media sosial digunakan sebagai alat yang dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat.

Pada Pilpres 2024 lalu, media sosial menjadi salah satu media berkampanye para pasangan capres dan cawapres. Media sosial dimanfaatkan secara efektif untuk menyebarluaskan berbagai materi kampanye, mulai dari visi misi, program kerja, hingga pesan politik yang dibuat untuk menarik hati para pemilih. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam mengukur popularitas dan elektabilitas pasangan calon di mata masyarakat.

Salah satu media sosial yang dipilih untuk dijadikan media berkampanye para pasangan calon yang berkontestasi yakni Instagram. Popularitas Instagram sendiri menjadi salah satu strategi bagi para paslon untuk dapat mengambil hati masyarakat dengan menyajikan konten-konten yang menarik dan interaktif. Selain itu, dengan instagram juga para paslon secara tidak langsung dapat membangun koneksi emosional dengan para pemilih.

Berdasarkan karakteristiknya sendiri, Instagram menjadi platform yang memiliki fokus pada gambar atau foto. Hal tersebut menjadikan komunikasi antar penggunanya dapat lebih menarik dan lebih nyaman. Selain itu, Instagram juga menjadi salah satu platform dengan penyebaran informasi yang cepat (Agusta & Laugu, 2020:90).

Karakteristik Instagram yang berfokus pada visualisasi yaitu gambar atau foto, memungkinkan akun seperti @pinterpolitik untuk memberikan edukasi politik berbentuk infografis. Instagram @pinterpolitik memuat konten informasi mengenai kondisi politik di Indonesia. PinterPolitik sendiri hadir sesuai dengan motonya yakni untuk memperjelas berita politik yang terjadi di Indonesia. Tujuan dari kontennya sendiri yaitu untuk membongkar politik dibalik politik dan hal yang tersembunyi dibalik peristiwa politik di Indonesia dengan penyuguhan yang menarik dan lengkap.

Akun Instagram @pinterpolitik memiliki kurang lebih 664k *followers*, 30 *following*, dan kurang lebih 15,1k *post* per 11 Februari 2025.

PinterPolitik sendiri didirikan oleh Wim Tangkilisan pada 2016. Wim Tangkilisan merupakan seorang mantan CEO Globe Media Grup (Jakarta Globe, Globe Asia) Pemimpin Redaksi Investor Daily, dan Suara Pembaruan.

Pada Pemilu 2024 lalu, @pinterpolitik banyak memproduksi konten infografis mengenai Pemilu utamanya Pilpres 2024. Instagram @pinterpolitik dipenuhi dengan infografis mengenai isu politik yang berkaitan dengan pasangan calon yang akan berkontestasi. Mulai dari survei elektabilitas paslon, formasi tim kemenangan, janji kampanye paslon, koalisi antar partai, citra para elit politik, bahkan dukungan para elit politik kepada paslon. Seperti yang kita tahu bahwa Pemilu tahun 2024 diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024 lalu secara serentak untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden serta memilih anggota legislatif.

Instagram @pinterpolitik pertama kali mengunggah postingan yang berkaitan dengan Pilpres 2024 yaitu Survei simulasi paslon Capres dan Cawapres yang menempatkan Ganjar Pranowo dan Ridwan Kamil sebagai Pasangan terbaik menjelang Pemilihan Presiden 2024. Postingan tersebut diupload pada 28 Desember 2021 dan mendapatkan 8.311 *likes* dan 753 *comments*.



Gambar 1. 2 Postingan Pertama PinterPolitik terkait Pilpres 2024

Sumber: Instagram @pinterpolitik (2024)

Gambar diatas merupakan salah satu konten Instagram @pinterpolitik yang dikemas dalam bentuk infografis. Konten berbentuk infografis memiliki kelebihan terutama pada saat ini anak muda kurang tertarik untuk membaca berita politik yang disajikan dalam bentuk tulisan panjang dan padat. Hal tersebut sejalan dengan hasil survei dari Program Analytic Fellowship Maverick Indonesia, sebuah perusahaan konsultan komunikasi strategis, yang menunjukkan bahwa 87 persen anak muda khususnya gen Z lebih gemar mengakses dan membaca berita dari media

sosial, 22 persen lebih memilih membaca berita dari portal berita online, sementara 1 persennya mengatakan pernah membaca media cetak (Teguh, 2022).

Infografis menjadikan berita politik yang disampaikan dapat lebih menarik, sehingga informasi yang ada dapat tersampaikan dengan ringkas dan tepat. Instagram @pinterpolitik menyajikan infografis politik dengan jelas dan ringkas hingga memudahkan pembaca dalam memahami berita tersebut. Konten yang disajikan oleh akun Instagram @pinterpolitik berfungsi sebagai salah satu sarana literasi politik yang efektif dan bermanfaat bagi generasi muda.

Literasi politik ialah sebuah elemen penting dalam demokrasi. Literasi politik menjadi fondasi yang kuat bagi keberlangsungan kualitas demokrasi karena memastikan bahwa warga negara dapat secara aktif berpartisipasi serta andil dan bertanggung jawab terhadap sistem politik mereka. Warga negara tidak akan memahami demokrasi dan pemerintahannya sendiri dengan baik apabila belum memahami tentang isu politik yang tengah berlangsung. Literasi politik dapat dimaknai secara luas sebagai hal yang meliputi pengetahuan, pemahaman, serta kesadaran masyarakat akan peran dan tugasnya sebagai warga negara dalam sistem politik dan penyelenggaraan negara (Pratama, dkk, 2022:14). Singkatnya, literasi politik dapat disimpulkan sebagai sebuah cara sistematis guna untuk mengetahui pengetahuan dan kemampuan masyarakat mengenai segala hal yang memiliki substansi politik.

Literasi politik menjadi sebuah hal yang penting bagi generasi muda. Dengan literasi politik, generasi muda dapat terbentuk menjadi individu yang kritis dan cerdas dalam memahami isu-isu politik sehingga mereka nantinya dapat menyaring informasi yang benar dan informasi yang salah di era digital saat ini. Selain itu, mereka juga akan dapat berperan aktif dalam proses demokrasi serta berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan politik.

Dalam konteks literasi politik, Instagram @pinterpolitik berperan sebagai agen sosialisasi politik, karena literasi politik merupakan bagian dari proses sosialisasi politik. Menurut Bennett, (2008); Kahne dan Middaugh (2012) dalam Octafitria (2016: 19), internet disebut sebagai *new media use in digital era* yang artinya internet ialah media baru di era digital yang dapat mengubah pandangan masyarakat, termasuk pandangan politik melalui media sosial.

Media sosial digunakan sebagai agen utama dalam proses sosialisasi politik karena menawarkan beragam keunggulan dibandingkan agen sosialisasi politik sebelumnya, seperti lembaga pendidikan, institusi pemerintah, media cetak dan lain sebagainya. Media sosial memudahkan masyarakat untuk mengakses berita politik dari beragam perspektif serta melakukan interaksi dengan konten politik yang bersifat edukatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai media literasi politik, melainkan juga sebagai agen sosialisasi yang efektif dan banyak dipilih oleh masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada akun Instagram @pinterpolitik sebagai media literasi politik pada Pilpres 2024. Hal ini dikarenakan Pilpres 2024 menjadi topik yang menarik pada beberapa waktu yang lalu. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana peran Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik, bagaimana strategi Instagram @pinterpolitik dalam memberikan literasi politik kepada masyarakat dan bagaimana akun Instagram @pinterpolitik bermanfaat bagi literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran akun Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik?
2. Bagaimana strategi akun Instagram @pinterpolitik dalam memberikan literasi politik kepada masyarakat?
3. Bagaimana manfaat akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis peran akun Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik.
2. Untuk menganalisis strategi akun Instagram @pinterpolitik dalam memberikan literasi politik kepada masyarakat.
3. Untuk mengkaji bagaimana manfaat akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai studi literasi politik dan sosialisasi politik melalui media sosial Instagram.
2. Menjadi referensi atau acuan bagi peneliti di masa mendatang apabila bermaksud akan melaksanakan penelitian dengan topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan perihal peran media sosial terkhusus Instagram sebagai media literasi politik dan sosialisasi politik
2. Bagi Pembaca, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan pemahaman baru perihal media sosial Instagram yang berperan sebagai media literasi politik dan sosialisasi politik.

1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Judul, Nama Penulis dan Tahun	Tujuan	Metode dan Teori	Hasil Penelitian
Beragam Peran Media Sosial dalam Dunia Politik di Indonesia. (Atika Aisyarahmi Munzir, Asmawi, &	Untuk mengkaji mengenai beragam peranan media sosial dalam politik di Indonesia.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif dengan menganalisis teks. Penelitian	Peran media sosial dalam dunia politik di Indonesia saat ini dapat dikatakan cukup kuat karena dapat membantu para generasi muda untuk lebih sadar dan melek terhadap

Judul, Nama Penulis dan Tahun	Tujuan	Metode dan Teori	Hasil Penelitian
Aidinil Zetra). 2019		ini menggunakan metode analisis framing Entman. Teori dalam penelitian ini yaitu teori komunikasi politik.	politik serta dapat meningkatkan partisipasi di kalangan pemilih pemula.
Akun Instagram @PinterPolitik sebagai Platform Literasi Digital (Anastasia Anjani). 2019	Untuk mengkaji cara PinterPolitik.com dalam memanfaatkan akun Instagram untuk melakukan literasi digital politik jelang Pemilu Presiden 2019.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan yaitu teori <i>Social Media Use</i> serta Teori Literasi Digital.	Pinter Politik memberikan edukasi terhadap millennial mengenai politik. Melalui Instagram, PinterPolitik melakukan literasi digital dengan menggunakan pendekatan fenomena. Fenomena tersebut diangkat melalui evaluasi dari beragam portal berita melalui infografik.
Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina).	Untuk menganalisa penggunaan Instagram dalam konteks informasi politik khususnya dalam konteks pilpres 2019 pada generasi z.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan format deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode	Instagram menjadi barometer bagi generasi Z untuk mengamati isu yang sedang menjadi pembicaraan khalayak ramai. Namun dalam konteks pilpres 2019 ini, gen Z malah menghindari

Judul, Nama Penulis dan Tahun	Tujuan	Metode dan Teori	Hasil Penelitian
(Mochammad Ichlas El Qudsi, & Ilham Ayatullah Syamtar). 2020		pengumpulan data yaitu wawancara mendalam. Kemudian data yang telah didapatkan tersebut nantinya dianalisis dengan reduksi data. Teori dalam penelitian ini yaitu teori komunikasi politik.	perdebatan politik di Instagram karena memandang polarisasi politik sebagai hal yang sia-sia.
Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Pengetahuan Politik Generasi Z Terhadap Literasi Politik Pada Pemilu 2020. (Abd hul Aziz, & Bambang Eka Cahya Widodo). 2022	Untuk mengetahui dan mengkaji mengenai sejauh mana media sosial berpengaruh sebagai sumber pengetahuan politik terhadap literasi politik generasi Z dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Blora.	Penelitian ini menggunakan Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian campuran. Penelitian ini memprioritaskan penggunaan hasil survei yang didukung oleh data sekunder untuk hasil analisis data. Penelitian ini menggunakan teori pengetahuan politik, literasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap literasi politik generasi Z dalam Pilkada 2020 dengan penilaian yang baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dari tingkat interval pada pengetahuan tentang pemerintah, pengetahuan terkait aturan main politik, serta pengetahuan tentang lingkungan dan masyarakat.

Judul, Nama Penulis dan Tahun	Tujuan	Metode dan Teori	Hasil Penelitian
		politik dan media sosial.	
Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial. (Liza Fitriani, Imam Aminudin, & Pareng Rengi). 2022	Untuk mengkaji dan meneliti tentang media sosial yang berpengaruh terhadap literasi politik generasi milenial dalam hubungannya dengan resiliensi komunikasi di era pandemi.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan metode penelitian kepustakaan. Teori dalam penelitian ini yaitu teori literasi politik	Media sosial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kesadaran dan pengetahuan politik pada generasi milenial. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya keaktifan generasi milenial dalam membahas isu politik di media sosial.

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

- a. Penelitian yang peneliti kaji berfokus pada salah satu platform media sosial yaitu Instagram dengan memfokuskan pada akun Instagram @pinterpolitik. Sedangkan pada penelitian (Abdhul, 2022; Liza, 2022; Atika, 2019), media sosial dibahas secara general.
- b. Penelitian yang peneliti kaji menggunakan teori literasi politik dan sosialisasi politik, sedangkan pada penelitian (Anatasia, 2019) menggunakan teori Literasi Digital dan *Social Media Use*, pada penelitian (Atika, 2019; Mochammad, 2020) menggunakan teori Komunikasi Politik dan pada penelitian (Abdhul, 2022) menggunakan teori Pengetahuan Politik dan Media Sosial.

- c. Lingkup waktu penelitian yang akan peneliti kaji berfokus pada Pemilihan Presiden 2024, sedangkan pada penelitian (Anatasia, 2019; Mochammad, 2020) memfokuskan pada lingkup waktu Pemilihan Presiden 2019 dan pada penelitian (Abdhul, 2022) memfokuskan pada lingkup waktu Pemilihan Umum 2020 tepatnya pada Pilkada 2020 di Kabupaten Blora.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik adalah sebuah proses bagaimana mengenalkan sistem politik kepada orang lain serta bagaimana orang tersebut menanggapi dan bereaksi terhadap gejala-gejala politik tersebut. (Elyas, dkk, 2020: 138). Sosialisasi politik menjadi salah satu bagian dari proses sosialisasi yang berfokus dalam pembentukan nilai politik individu. Dengan kata lain bahwa tiap individu harus menunjukkan mengenai bagaimana cara mereka dalam berpartisipasi pada sistem politik.

Dalam buku dasar-dasar Ilmu Politik karya Miriam Budiarjo, sosialisasi politik diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat memperoleh pengetahuan mengenai fenomena politik. Sosialisasi politik dapat dijadikan sebagai bagian dari proses penentuan sikap politik seseorang. Sikap politik tersebut seperti nasionalisme, ideologi, suku bangsa, kelas sosial, hak dan kewajiban (Budiardjo, 2008:407).

Sosialisasi politik meliputi pemeriksaan lingkungan sosial, lingkungan kultural dan lingkungan politik dari kelompok masyarakat tersebut, serta mengetahui bagaimana sikap politik masyarakat tersebut dengan diikuti penilaiannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa sosialisasi politik ialah mata rantai yang paling vital dalam proses sistem politik dan sistem sosial (Sari, dkk, 2013:2). Menurut Kahne dan Middaugh (2012), sosialisasi politik merupakan proses dimana individu terutama kaum muda memperoleh nilai atau sikap yang memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik. Lanjutnya, sosialisasi politik meliputi agen yang dapat mengubah pandangan sosial suatu kelompok (Octafitria, 2016: 20).

Menurut Roberta Sigel yang dikutip dari Haryanto (2018), sosialisasi politik merupakan proses pembelajaran mengenai sikap, norma, serta perilaku yang diterima dan diimplementasikan dalam sistem politik yang sedang berlangsung. Selain itu, sosialisasi politik merupakan pelatihan yang wajib dijalankan oleh tiap-tiap individu agar memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai dalam kehidupan bermasyarakat (Haryanto, 2018:15).

Sosialisasi politik sendiri dapat terjadi secara alamiah dan bertujuan agar para warga negara menjadi lebih melek terhadap berita atau isu yang sedang terjadi. Selain itu dalam artian luas, sosialisasi politik juga bertujuan agar warga negara mengetahui

betapa pentingnya politik dalam sebuah negara. Sosialisasi politik secara umum ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu lingkungan ekonomi, sosial, latar belakang pendidikan serta kebudayaan, dan juga interaksi dan pengalaman tiap individunya (Rush & Althoff, 2011:25).

Melalui proses sosialisasi politik, masyarakat mendapatkan pengetahuan dan sikap mengenai kehidupan berpolitik yang terjadi di masyarakat secara alamiah maupun tidak. Proses sosialisasi politik dapat terjadi dalam kegiatan formal seperti pendidikan maupun dalam kegiatan sehari-hari dengan keluarga maupun dengan bergaul dengan masyarakat.

1.6.1.1 Agen Sosialisasi Politik

Agen merupakan salah satu unsur penting terjadinya sosialisasi. Tanpa agen, proses sosialisasi pasti tidak akan berjalan. Agen dapat disebut juga sebagai aktor, pelaku, penggerak, dan lain-lainnya. Dalam proses sosialisasi, agen berperan sebagai aktor penggerak. Sosialisasi jika tanpa agen, akan berpotensi untuk mengganggu bekerjanya sistem politik. Agen juga dapat dikatakan sebagai kunci dari berjalannya sosialisasi politik (Haryanto, 2018:32).

Agen sosialisasi politik dimaksudkan bukan hanya sebatas satu orang saja, melainkan dapat berbentuk kelompok. Agen sosialisasi politik dapat berwujud keluarga, pendidikan, lembaga

pemerintah, serta media massa. Dari beberapa agen diatas, media massa menjadi agen yang cukup berpengaruh dalam melakukan sosialisasi politik.

Media massa dapat berwujud seperti media cetak yang meliputi surat kabar dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, serta media sosial. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi pada saat ini, tidak sedikit teknologi lama yang mulai ditinggalkan. Seperti contohnya media cetak dan media elektronik yang perlahan mulai ditinggalkan dan tergantikan oleh media sosial. Media sosial hadir sebagai salah satu contoh produk perkembangan teknologi. Masyarakat yang biasanya menerima informasi melalui media cetak atau media elektronik, kini menjadi lebih mudah untuk menerima informasi hanya dengan menggunakan internet (Suyasa & Sedana, 2020:57). Berdasarkan penelitian dari Newman dkk dalam Persily & Tucker (2020: 150), media sosial menjadi salah satu sarana masyarakat untuk bisa mendapatkan berita. Media sosial lebih unggul dibandingkan dengan email, peringatan seluler dan agregator.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Barbera yang dikutip dalam Persily & Tucker (2020: 35) menunjukkan bahwa interaksi antar kelompok serta pembagian informasi di media sosial memiliki intensitas yang lebih sering dibandingkan di dunia nyata. Bahkan dalam beberapa kasus, perbedaan pandangan lebih sering

ditemukan di media sosial dibandingkan di dunia nyata. Hal tersebut menunjukkan bahwa eksistensi media sosial saat ini sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan terutama dalam proses sosialisasi politik. Lebih lanjutnya, hal ini menegaskan bahwa media sosial memegang peranan penting sebagai ruang publik digital yang dapat mempercepat persebaran literasi politik serta mempertemukan berbagai pandangan atau perspektif yang mungkin jarang ditemui saat berinteraksi pada kehidupan sehari-hari.

Selain itu, media sosial juga berperan untuk mendorong partisipasi dan dapat mengubah pandangan sekelompok masyarakat. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Kahne dan Middaugh (2012) yang dikutip dalam Octafitria (2016: 26), bahwa agen sosialisasi dapat mengubah pandangan sosial suatu kelompok. Berdasarkan penelitian dari Kahne dan Middaugh, agen sosialisasi politik seperti keluarga, institusi pemerintah dan institusi pendidikan tidak mampu mengubah pandangan suatu kelompok karena tidak dapat menyesuaikan kondisi sosial masyarakat.

Menurut Kahne dan Middaugh (2012) Octafitria (2016: 26), agen sosialisasi harus disesuaikan dengan kondisi kelompok masyarakat. Melihat kondisi saat ini, media sosial menjadi media sosialisasi yang paling digemari terutama pada kaum muda. Media sosial menjadi agen sosialisasi yang lebih diterima oleh masyarakat terutama kaum muda karena media sosial memiliki sejumlah aspek

yang tidak dimiliki oleh agen sosialisasi lainnya. Terdapat tiga aspek yang dapat dilihat dalam media sosial yang berperan sebagai agen sosialisasi politik.

Aspek pertama adalah konten di media sosial yang membahas isu atau topik yang sedang diperbincangkan. Hal ini menarik perhatian masyarakat, karena mereka cenderung lebih menyukai konten atau berita yang sejalan dengan orientasi atau pandangan politik mereka. Sejalan dengan Lawrence dkk dalam Persily & Tucker (2020: 38) yang menemukan bahwa pengguna daring pada hal ini pembaca blog lebih tertarik pada blog yang sesuai dengan orientasi politik mereka.

Aspek kedua yakni adanya kebebasan untuk mencari atau menyajikan informasi. Dalam media sosial, penggunaannya memiliki kebebasan untuk dapat mencari maupun membagikan informasi sesuai preferensi atau apa yang mereka cari. Aspek ketiga yakni informasi yang tersedia dalam media sosial berisikan opini atau pendapat dari berbagai sudut pandang, mulai dari elit politik, masyarakat, maupun kelompok tertentu.

Selain ketiga aspek tersebut, terdapat pendekatan yang dapat dilakukan untuk dapat mempengaruhi masyarakat dalam media sosial melalui sosialisasi politik. Pertama yaitu adanya komunikasi dua arah yang dapat dilakukan pada media sosial. Kedua yakni adanya keterbukaan dalam media sosial. Kedua pendekatan ini,

menginterpretasikan bahwa media sosial menjadi media yang dapat menampung pendapat masyarakat serta menyediakan wadah untuk berdiskusi antar penggunanya.

1.6.1.2 Literasi Politik

Literasi politik merupakan upaya berkesinambungan untuk membangun kepekaan masyarakat dalam memaknai segala informasi yang diterimanya secara kritis, terkhusus terkait berita politik dan isu politik yang tengah berlangsung. Literasi politik dapat dikatakan sebagai sebuah senyawa dari pengetahuan, keterampilan serta sikap perihal politik (Bakti, dkk, 2012).

Menurut Bernard Crick (2000) dalam Heryanto (2021: 20), literasi politik bukan hanya tentang pengetahuan terhadap politik, melainkan didalamnya termasuk mengenai cara bagaimana agar warga dapat lebih aktif serta efektif dalam keberlangsungan kehidupan politik, baik secara partisipatif resmi maupun secara sukarela.

Denver dan Hands (1990) dalam Karim dkk (2015:5), Literasi politik ialah pemahaman serta pengetahuan mengenai isu politik yang memungkinkan bagi masyarakat dapat berperan secara efektif sebagai warga negara. Pemahaman dan pengetahuan tersebut dikenal juga sebagai *political expertise* dan *political awareness* yang artinya merujuk pada seberapa jauh individu dalam sebuah negara

bisa memberikan perhatian serta memahami isu atau berita politik yang ada.

Adapun Heryanto (2019:32), dalam Bukunya berjudul “Literasi Politik Dinamika Konsolidasi Demokrasi Indonesia Pascareformasi” menjelaskan bahwa terdapat empat pendekatan yang dapat dilakukan sebagai bentuk dari strategi literasi politik. Menurutnya, empat pendekatan tersebut yaitu; (1) mengetahui kebutuhan terhadap informasi politik, (2) menentukan strategi pencarian, (3) mengkomunikasikan informasi, (4) melakukan evaluasi terhadap produk politik tersebut.

Dalam literasi politik, menurut Bochel (2015) dalam Riduan, dkk (2018:9) terdapat tiga poin penting yang perlu diperhatikan, yakni pengetahuan politik, partisipasi politik, dan minat politik. Dimensi pertama, pengetahuan politik dalam kaitannya dengan literasi politik berhubungan dengan makna politik dan pemilihan umum. Secara lebih jelasnya, pengetahuan politik dalam kaitannya dengan literasi politik ini untuk mengetahui apakah masyarakat memahami pemilu dengan benar, atau hanya sekedar memilih dan tidak.

Dimensi kedua yakni partisipasi politik. Dimensi ini nantinya akan membahas mengenai bagaimana masyarakat terlibat dalam segala hal yang berkaitan dengan politik, mulai dari keterlibatan dalam diskusi politik, keterlibatan pada organisasi atau

partai politik, maupun keterlibatan pada kegiatan penyelenggaraan pemilihan umum. Dimensi terakhir yakni minat politik. Dalam hal ini, minat politik dapat dilihat dari ketertarikan masyarakat dalam dunia politik praktis serta dalam pemilihan umum.

Berdasarkan apa yang telah peneliti paparkan diatas, keempat pendekatan literasi politik menurut Heryanto serta tiga dimensi literasi politik menurut Bochel, akan peneliti gunakan sebagai indikator dalam instrumen wawancara bersama dengan Tim PinterPolitik dan Masyarakat.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Tabel 1. 2 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Indikator
Sosialisasi politik merupakan proses dimana individu terutama kaum muda memperoleh nilai atau sikap yang memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik (Kahne dan Middaugh, 2012).	1. Aspek Sosialisasi Politik dalam Media Sosial 1.1 Konten yang dibahas 1.2 Kebebasan untuk membagikan Informasi 1.3 Informasi yang tersedia berisikan Opini

Konsep	Indikator
	2. Pendekatan Sosialisasi Politik dalam Media Sosial 2.1 Komunikasi Dua Arah 2.2 Keterbukaan
	1. Strategi Literasi Politik 1.1 Kebutuhan terhadap Informasi Politik 1.2 Strategi Pencarian Informasi 1.3 Membagikan Informasi 1.4 Evaluasi Informasi 2. Dimensi Literasi Politik 2.1 Pengetahuan Politik 2.2 Partisipasi Politik 2.3 Minat Politik

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang outputnya berupa tulisan, lisan, serta perilaku orang yang diamati. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami subjek yang diteliti seperti, tindakan, perilaku, motivasi, persepsi yang dikemas dalam bentuk kalimat deskriptif dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif berkaitan dengan penilaian yang didasarkan pada sikap, pendapat, serta perilaku (Kusumastuti & Khoiron, 2019:3).

Penelitian ini memiliki tipe yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk menjelaskan tentang pemecahan masalah yang dilandaskan pada data, moldengan manyajikan, menganalisis dan menginterpretasikannya. Dengan menggunakan penelitian deskriptif, kejadian atau fenomena yang terjadi dapat digambarkan dengan terstruktur dan berdasarkan fakta yang sesuai dengan apa yang peneliti teliti.

Alasan menggunakan kualitatif deskriptif karena dapat memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena atau masalah yang peneliti teliti secara lebih detail dan mendalam. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui bagaimana peran akun

Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik, bagaimana strategi akun Instagram @pinterpolitik dalam membuat konten politik serta bagaimana manfaat akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sebuah benda, individu, maupun organisme yang dijadikan sebagai sumber atau tempat memperoleh informasi yang kita dibutuhkan dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, subjek yang peneliti teliti yaitu :

1. Tim Redaksi Pinter Politik.
2. Masyarakat yang mengikuti (*follow*) dan *update* pada postingan akun Instagram @PinterPolitik.
3. Pakar Komunikasi Politik

Pada penelitian ini, Tim redaksi PinterPolitik menjadi sumber informasi utama. Peneliti setidaknya meneliti sembilan orang informan yaitu dua anggota tim PinterPolitik (Tim Redaksi), enam pengikut akun Instagram @pinterpolitik (Mahasiswa, Pelajar, Karyawan Swasta, Karyawan Negeri, Politisi, dan Ibu Rumah Tangga) dan satu Pakar Komunikasi Politik sebagai informan pendukung. Kesembilan informan tersebut dipilih karena dinilai mampu dalam memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian yang akan peneliti lakukan.

Tabel 1. 3 Karakteristik Informan

No.	Informan	Jumlah	Informasi yang dicari
1.	Tim Redaksi Pinter Politik - Jasuma Fadholi (29 tahun) - Mohammed Dean Syahreza (29 tahun)	2	a. Latar belakang berdirinya Pinter Politik b. Tujuan dibuatnya Pinter Politik c. Pemilihan Instagram sebagai media sosialisasi d. Struktur Tim Pinter Politik e. Strategi Pengembangan konten
2.	Masyarakat yang mengikuti dan <i>update</i> terhadap postingan Akun Instagram @pinterpolitik - Muhammad Havis : 20 Tahun, Mahasiswa - Aruna Masya Hibatullah : 18 Tahun, Pelajar	6	a. Pengetahuan mengenai akun Instagram @pinterpolitik b. Tujuan mengikuti akun Instagram @pinterpolitik c. Informasi yang diperoleh setelah mengikuti akun

No.	Informan	Jumlah	Informasi yang dicari
	- Ropiq Nurgiant Caesar Fajri : 26 Tahun, Guru (Karyawan Negeri) - Dewi Yugi Arti : 22 Tahun, Jurnalis (Karyawan Swasta) - Musyafaah Mia : 23 Tahun, Politisi - Ragil Ajeng Pratiwi : 29 Tahun, Ibu Rumah Tangga		Instagram @pinterpolitik d. Manfaat dari informasi yang diperoleh dari akun Instagram @pinterpolitik
3.	Pakar Komunikasi Politik - Nurul Hasfi	1	a. Pandangan terhadap adanya akun Instagram @pinterpolitik b. Pandangan terhadap penggunaan media sosial Instagram sebagai agen sosialisasi politik dan literasi politik

1.8.3 Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari informan atau narasumber wawancara. Data primer yang diperoleh nantinya akan digunakan untuk mendapatkan informasi yang peneliti cari secara mendalam terkait peran Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik serta bagaimana strategi Instagram @pinterpolitik dalam memberikan literasi politik kepada masyarakat dan bagaimana akun Instagram @pinterpolitik bermanfaat bagi literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024. Dalam penelitian ini, sumber data primer berasal dari pihak yang memahami mengenai pembuatan dan pengelolaan konten Instagram @pinterpolitik serta masyarakat yang mengikuti dan update terhadap postingan terkait Pilpres 2024 dari Instagram @pinterpolitik.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder nantinya didapatkan melalui penelitian-penelitian lain atau terdahulu yang telah diteliti oleh peneliti lain yang berkaitan dengan topik seperti laporan penelitian, jurnal, dokumentasi, undang-undang serta publikasi konten Instagram @pinterpolitik dari Maret 2023 hingga Februari 2024.

1.8.4 Teknik Pemilihan Informan

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan non probability sampling. *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel (Abdussamad, 2021: 144). Dalam *Non-Probability Sampling*, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*.

Purposive Sampling ialah teknik dalam menentukan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013: 85). Pertimbangan tertentu tersebut berdasarkan misalnya orang yang dianggap paling tahu dan paham mengenai apa yang kita harapkan, sehingga akan lebih memudahkan peneliti untuk memahami objek yang diteliti (Abdussamad, 2021: 144).

Dalam menentukan sampel, peneliti tidak hanya menggunakan teknik *purposive sampling*, namun juga menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang pada awalnya jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2013: 85).

Teknik *snowball sampling* dilakukan dengan mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam satu jaringan yang menerus (Abdussamad, 2021: 144). Teknik *snowball sampling* ini peneliti gunakan untuk mencari informan pada masyarakat yang mengikuti dan update terhadap postingan terkait

Pilpres 2024 pada Instagram @pinterpolitik. Teknik *snowball sampling* ini digunakan sebagai lanjutan dari teknik *purposive sampling*.

Kriteria pemilihan informan untuk penelitian peneliti yaitu:

1. Tim Produksi dan Pengelola Konten Pinter Politik yaitu Tim Redaksi Pinter Politik dengan kriteria berikut:
 - a. Perwakilan dari Tim Redaksi Pinter Politik.
 - b. Memahami dan terlibat dalam proses produksi konten Instagram @pinterpolitik.
 - c. Mengelola Instagram @pinterpolitik.
2. Masyarakat yang mengikuti dan *update* terhadap postingan terkait Pilpres 2024 di Instagram @pinterpolitik dengan kriteria berikut:
 - a. Mengikuti (*follow*) Instagram @pinterpolitik.
 - b. Selalu *update* terhadap konten yang diunggah oleh Instagram @pinterpolitik terutama terkait Pilpres 2024.
 - c. Pernah menyukai, mengomentari, atau membagikan postingan akun Instagram @pinterpolitik.
3. Pakar Komunikasi Politik dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Ahli dalam bidang Komunikasi Politik, terutama dalam media sosial.

Dalam menentukan jumlah informan, peneliti tidak menggunakan rumus statistik tertentu seperti pada penelitian

kuantitatif. Sejalan dengan Abdussamad (2021: 138), jumlah informan dalam penelitian kualitatif disebut sebagai sampel teoritis bukan sampel statistik karena penelitian kualitatif tujuannya untuk menghasilkan teori. Dalam menentukan informan pada penelitian kualitatif, biasanya harus melalui pertimbangan akademis seperti saturasi data atau kejenuhan data yang artinya peneliti dapat menghentikan pengambilan data apabila data yang didapat sudah mulai berulang dan tidak ada perbedaan.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan lisan kepada informan atau subjek yang diwawancarai (Rahmadi, 2011:75). Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dari Tim Redaksi PinterPolitik, masyarakat yang mengikuti dan *update* terhadap postingan Instagram @pinterpolitik dan Pakar Komunikasi Politik. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah peneliti yaitu bagaimana peran akun Instagram @pinterpolitik sebagai agen sosialisasi politik, bagaimana strategi akun Instagram @pinterpolitik dalam memberikan literasi politik

serta manfaat akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik masyarakat pada Pilpres 2024.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan sistematis serta disengaja melalui pengamatan dan pencatatan pada gejala yang diselidiki (Abdussamad, 2021: 147). Dalam penelitian ini, nantinya observasi yang digunakan yaitu observasi *online* terhadap Instagram @pinterpolitik mulai dari interaksi pada kolom komentar, waktu unggahan, serta penggunaan fitur seperti Instagram *story* dan website resmi PinterPolitik

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen berupa tulisan maupun rekaman (Rahmadi, 2011:75). Dalam penelitian ini, nantinya dokumentasi yang digunakan yakni dokumen tertulis seperti Undang-Undang.

1.8.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Dalam pengolahan data, terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan yaitu: (1) mencatat data-data yang telah terkumpul dari wawancara, dokumentasi, maupun studi pustaka; (2) melakukan reduksi data

untuk meminimalisir terjadinya tumpang tindih pada data yang diperoleh; (3) mengelompokkan data berdasarkan tema penelitian; (4) melakukan identifikasi dengan pengecekan ulang transkrip wawancara dan sumber data lainnya; (5) memanfaatkan data yang valid serta sesuai dengan kebutuhan penelitian (Rahmadi, 2011:75).

Analisis data ialah proses pencarian data yang kemudian disusun dengan sistematis dari data yang didapatkan dari wawancara, dokumentasi, maupun observasi dengan cara mengklasifikannya menjadi beberapa kategori tertentu, menyusun menjadi pola, memilah antara informasi yang penting, serta menjadikannya sebuah kesimpulan (Abdussamad, 2021:159).

Menurut Miles dan Huberman dalam Nasution (2023:132-133), teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan dengan tiga proses, yakni reduksi data (*reduction data*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan untuk merangkum, dan memilih data yang penting, serta membuang data yang tidak sesuai dengan tema penelitian. Menurut Basrowi dan Suwandi dalam Rahmadi (2011:91-92), terdapat beberapa tahapan dalam melakukan reduksi data. Yang pertama yaitu *selecting and focusing*, yaitu

melakukan penyeleksian data yang telah didapatkan. Perlu diperhatikan pula bahwasannya *selecting and focusing* ini bertujuan untuk memfokuskan informasi yang relevan dengan tema penelitian. Kedua yaitu *simplifying*, dalam tahap ini peneliti harus melakukan penyederhanaan data pada data yang rumit. *Simplifying* dilakukan agar data yang diperoleh menjadi lebih mudah dipahami tanpa mengurangi informasi pentingnya. Yang ketiga yaitu *abstracting*, peneliti harus dapat menjabarkan data secara deskriptif dan naratif sesuai dengan data yang diperoleh. Yang terakhir, yaitu tahap *transforming*, yang mana peneliti harus mengubah data yang telah didapatkan menjadi kesimpulan.

b. Penyajian Data

Pada tahapan ini, dilakukan penyajian atau penyuguhan data yang rapi dengan dapat berupa grafik, tabel, chart, dan lain-lainnya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Proses terakhir ini diartikan bahwa kesimpulan awal yang telah dibuat oleh peneliti sifatnya masih sementara. Kesimpulan tersebut akan menjadi kuat dan kredibel jika nantinya didapatkan bukti baru yang kuat pada tahap pengumpulan berikutnya.