

Pengaruh Isu Politik, Desain Pesan, Media Komunikasi dan Gangguan Media Komunikasi Terhadap Partisipasi Politik

Anata Jannah^{1*}, Enisar Sangun², dan Hendri Prasetya³

^{1,2}Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia.

³Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta, Indonesia.

*anata.jannah21@moestopo.ac.id

Abstract

This research was inspired by the phenomenon of low political participation associated with political messages in the mass media. The purpose of this study was to determine the effect of political issues, message design, communication media and communication media disturbances on political participation. This study used a quantitative method by distributing questionnaires to 106 respondents at SMAN 2 Lumajang. The Data was processed using Smart PLS. The results of the study stated that the three variables, political issues, message design and political communication disturbances had no effect on political participation. Only the communication media variable has an effect of 38% on political participation. Simultaneously, the variable message issue, message design, communication media and communication media disturbance have an effect of 21.5 percent on political participation. The remaining 78.5% of political participation variables are influenced by other variables outside of this study.

Keywords: Political Participation, Political Issues, Communication Media, Noise

Abstrak

Penelitian ini terinspirasi dari fenomena partisipasi politik yang rendah dikaitkan dengan pesan politik di media massa. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh isu politik, desain pesan, media komunikasi dan gangguan media komunikasi terhadap partisipasi politik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner kepada 106 responden di SMAN 2 Lumajang. Data diolah menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa ketiga variabel, isu politik, desain pesan dan gangguan media komunikasi tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik. Hanya variabel media komunikasi berpengaruh sebesar 38% terhadap partisipasi politik. Secara simultan, variabel isu politik, desain pesan, media komunikasi dan gangguan media komunikasi berpengaruh sebesar 21,5 persen terhadap partisipasi politik. Sisanya sebanyak 78,5% variabel partisipasi politik dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Partisipasi Politik, Isu Politik, Media Komunikasi, Gangguan

PENDAHULUAN

Dewasa ini Partisipasi politik Anak Muda dinilai cenderung rendah. Penelitian sebelumnya (Karim, Wibawa, Arisanto, 2019); (Morrisson, 2019); (CSIS, 2022); menyatakan bentuk partisipasi politik anak muda masih pada tataran pemula yakni cenderung apatis - pasif. Penelitian Karim, Wibawa, Arisanto, (2019) menjelaskan arah partisipasi politik anak muda ditandai dengan respon pasif terhadap kebijakan politik dan

tidak terlibat sebagai aktor yang menyebarluaskan pesan di sosial media. Morrisson (2019) memperjelas partisipasi anak muda ini bersifat online, dimana bentuk partisipasinya sebatas berkomentar dan menyukai postingan politik di sosial media. Menurut Morrisson bentuk berpartisipasi ini adalah model partisipasi baru yang tidak teroganisir.

Senada dengan hasil penelitian Morrisan, riset yang dilakukan di Indonesia oleh CSIS (2022) terhadap 1.200 responden anak muda berumur 17-39 tahun, hanya 1,1% responden yang mengaku ingin terlibat dalam partisipasi aktif seperti mencalonkan diri sebagai anggota legislatif dan bergabung dengan partai politik. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa bentuk partisipasi formal seperti bergabung dengan anggota legislatif cenderung kurang disukai anak muda.

Menurut Clua, Leon & Ferrer (2021) Partisipasi politik terbagi ke dalam dua kategori yaitu ranah publik dan ranah personal. Partisipasi politik ranah publik adalah partisipasi yang dilakukan bersama-sama dengan individu lainnya di ruang umum. Sementara partisipasi politik di ranah personal adalah jenis partisipasi yang dilakukan individu di ruang pribadi.

Kedua jenis partisipasi politik tersebut dibagi lagi melalui empat kategori. Kategori pertama adalah Partisipasi politik formal di ranah publik seperti menghadiri pertemuan atau rapat dengan organisasi maupun partai politik. Kategori kedua adalah Partisipasi politik lapangan di ranah publik seperti terlibat dalam aksi demonstrasi, blokade, pemogokan, pawai dan sebagainya.

Kategori ketiga adalah Partisipasi politik personal di ranah pribadi seperti aksi boikot atau dengan sengaja membeli produk karena alasan politik, etika, atau lingkungan. Kategori keempat adalah Partisipasi politik online. Partisipasi politik online bisa masuk ke dalam ranah publik dan ranah personal tergantung dari jenis partisipasinya. Beberapa contoh dari partisipasi politik online adalah, berdiskusi atau berbagi pendapat tentang isu politik di situs jejaring sosial, bergabung atau menginisiasi grup politik di sosial media, mengikuti politisi atau grup politik di Twitter, mengunjungi situs web partai politik atau politisi hingga mencari informasi tentang politik secara online.

Jelang tahun Pemilu, anak muda mendapat sorotan penuh dari kalangan aktor politik mengingat jumlahnya yang sangat besar dari keseluruhan generasi di Indonesia. Pada tahun 2022, jumlah anak muda hampir mencapai seperempat seluruh penduduk Indonesia secara keseluruhan. Di kontestasi Pemilu 2024, anak muda diperkirakan mengambil porsi paling besar sebagai pemilih legislatif maupun eksekutif. Berdasarkan wilayahnya, anak muda paling banyak terkonsentrasi di Pulau Jawa (54%), Sumatera (22,3%) dan Sulawesi (7,74%). Secara wilayah, anak muda yang menimba ilmu di perkotaan lebih banyak memiliki akses terhadap informasi dan fasilitas sehingga lebih bisa beradaptasi dengan praktik partisipasi politik. Sementara anak muda yang menimba ilmu di pedesaan memiliki banyak keterbatasan dalam mengakses fasilitas dan informasi sehingga ditakutkan kurang beradaptasi dengan praktik partisipasi politik.

Anak Muda perlu berpartisipasi dalam politik mengingat perannya dalam menentukan pemimpin politik masa depan (Budiarjo, 2008); (Morrisan, 2019) sekaligus sebagai warga negara yang memiliki hak pilih di negara yang menganut demokrasi seperti Indonesia.

Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi partisipasi politik. Penelitian Putra dkk (2014) menjelaskan beberapa faktor ini diantaranya keterpaparan Hak Asasi Manusia (HAM), keaktifan dalam berorganisasi, intensitas diskusi politik di lingkup keluarga dan tingkat aksesibilitas terhadap informasi politik baik di media massa atau media digital.

Saat ini media digital menjadi pusat kehidupan bagi anak - anak muda. Media digital memiliki peran krusial untuk anak muda yang tidak memiliki akses ke lembaga politik formal (misalnya, partai politik) dan metode partisipasi yang dilembagakan (misalnya, pemungutan suara). Media digital juga telah terbukti membuka model partisipasi baru dan alternatif dalam

kehidupan sipil dan politik, yang sangat menarik bagi kaum muda (Boulianne, Shelley & Theocharis, 2018)

Anak muda di Indonesia terbilang sangat familiar dengan penggunaan media digital. Menurut Laporan We Are Social, pengguna aktif media digital di Indonesia mencapai 212,9 juta penduduk dari total 276,4 juta penduduk di Indonesia. Sementara itu dari laporan tersebut juga menjelaskan bahwa platform digital yang paling banyak digunakan adalah media sosial yang mencapai 167 juta orang pengguna pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri.

Dari beberapa paparan diatas, penelitian ini berencana menganalisis pengaruh media digital terhadap partisipasi politik anak muda. Penggunaan media digital oleh anak muda yang akan dibedah lagi melalui 4 (empat) variabel, yaitu isu politik, desain pesan, media komunikasi dan gangguan media komunikasi. Keempat variabel ini dijelaskan lebih lanjut melalui hasil penelitian - penelitian di bidang komunikasi politik (Kholid & Nurmandi, 2015); (Juditha & Darmawan, 2018); (Binder, Heiss, Matthes & Sanders, 2021); (Saud & Margono, 2021); (Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich, 2020); (Matthes, 2022); (Clua, Leon & Ferrer, 2021).

Penelitian yang dilakukan Saud & Margono (2021) terhadap anak muda Indonesia, menemukan anak muda cenderung menyukai isu politik seperti korupsi dan kebijakan pemerintah yang keliru. Sementara itu hasil Centre for Strategic and International Studies (CSIS) terhadap 1.192 responden menunjukkan kesejahteraan masyarakat (44,4%) merupakan isu strategis bagi anak muda jelang kontestasi Pemilu 2024. Disusul dengan Lapangan Kerja (21,3%), Pemberantasan Korupsi, (15,9%) Demokrasi dan kebebasan sipil (8,8%), Kesehatan (6,6%) dan Lingkungan Hidup (2,3%).

Pemilihan isu politik yang tepat bisa membuka potensi partisipasi politik anak muda. Hal ini karena anak muda lebih memiliki sikap pragmatis sehingga banyak memilih isu yang terdekat di sekitarnya (Binder, Heiss, Matthes & Sanders, 2021). Senada dengan itu, riset yang dilakukan CSIS (2022) menjelaskan fenomena partisipasi politik yang rendah bisa terjadi karena anak muda kurang tertarik pada isu politik.

Dalam mengakses pesan di media sosial, anak muda memiliki ketertarikan pada wujud (desain) pesan. Penelitian Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich, (2020) menemukan konten politik kini banyak muncul dalam bingkai visual dan audio visual. Penelitian yang dilakukan terhadap 7 ribu konten video politik AS di TikTok menemukan dunia audiovisual benar - benar menarik pengguna muda untuk terlibat. Dampaknya pesan politik bisa melebur ke dalam dunia hiburan anak muda melalui TikTok.

Penelitian yang dilakukan Juditha & Darmawan (2018) terhadap anak muda Indonesia menemukan bahwa anak muda memiliki ketertarikan terhadap konten digital seperti film, pesan teks dan video digital. Ketiga jenis konten ini cocok dengan preferensi anak muda di zaman sekarang yang menyukai visualisasi dan penjelasan tekstual.

Selain aspek desain pesan, anak muda ditemukan memilih beberapa media komunikasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Penelitian yang dilakukan Juditha & Darmawan (2018) terhadap 178 generasi muda menemukan media sosial dan grup obrolan online menjadi jenis media digital yang paling dominan digunakan. Platform Instagram misalnya menjadi salah satu platform terfavorit anak muda Indonesia di tahun 2020. Lalu di tahun 2023, jumlah pengguna TikTok dari Indonesia menempati posisi kedua terbesar di dunia.

Ketiga variabel yang dihasilkan dari beberapa penelitian terdahulu jika dikaitkan dengan kondisi anak muda Indonesia saat ini

cukup relevan. Meleburnya media sosial kedalam aktivitas keseharian membuat individu bisa mengakses berbagai informasi terkait politik. Anak muda bisa melihat perkembangan politik tanah air secara terbuka dan juga turut mengomentari kebijakan pemerintah dan politisi secara lebih bebas melalui media sosial. Informasi yang deras terkait perkembangan politik tanah air membentuk preferensi anak muda untuk berpartisipasi secara lebih aktif di ranah politik atau justru hanya terhenti pada tataran pemula.

Secara demografis, anak muda yang menempuh pendidikan di Pulau Jawa adalah anak muda yang paling representatif untuk diteliti mengingat Pulau Jawa adalah wilayah dengan penetrasi internet tertinggi di Indonesia. Dari sekian banyaknya wilayah di Jawa, anak muda yang menempuh pendidikan di wilayah perkotaan lebih sesuai dengan karakteristik penelitian karena aksesnya ke teknologi dan fasilitas lebih luas daripada anak muda yang menempuh pendidikan di wilayah pedesaan.

Anak muda juga menyaring satu atau lebih dalam menggunakan sosial media sesuai keinginan dan kebutuhannya. Menurut laporan dari Indonesian Gen Z Report tahun 2022 terdapat lima sosial media yang paling banyak digunakan oleh Gen Z. Instagram memimpin dengan total penggunaan mencapai 74%, disusul dengan YouTube dengan total penggunaan 59%, Facebook sebanyak 56%, Tiktok dengan total penggunaan 40% dan Twitter 9%.

Kelima platform media sosial tersebut memiliki karakteristik masing-masing dalam menyampaikan pesan ke pengguna. Informasi yang dimuat di juga sangat beragam mulai dari konten formal, politik, gaya hidup hingga hiburan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Matthes (2022) menyatakan bahwa informasi yang sangat beragam ternyata bisa mengganggu proses decoding (menerjemahkan pesan) pembaca. Lebih spesifik yang dimaksud dengan informasi yang mengganggu adalah

informasi non politis. Seperti dalam satu waktu pengguna media sosial melihat konten politik di beranda sosial media dan disaat yang bersamaan muncul pula konten musik. Pengguna dalam hal ini dihadapkan pada dua pilhan untuk tetap membaca konten politik atau justru beralih membaca konten musik. Gagasan Matthes tentang gangguan komunikasi politik di media sosial ini akan peneliti jadikan sebagai variabel keempat untuk melihat pengaruhnya terhadap partisipasi politik anak muda di media sosial.

Penelitian ini mengambil kekosongan dalam konteks hubungan isu politik, desain pesannya beserta media dan gangguan media komunikasinya terhadap bentuk partisipasi politik. Kebaruan dalam penelitian adalah menyatukan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya (Kholid & Nurmandi, 2015); (Juditha & Darmawan, 2018); (Binder, Heiss, Matthes & Sanders, 2021); (Saud & Margono, 2021); (Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich, 2020); (Matthes, 2022); (Clua, Leon & Ferrer, 2021) yang menyatakan isu pesan, desain pesan, media komunikasi dan gangguan media komunikasi memiliki hubungan dengan bentuk partisipasi politik untuk kemudian diuji ulang dalam penelitian ini dengan menggunakan teori-teori yang relevan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Public Sphere, Uses and Gratification, Teori Pesan dan Konsep Gangguan media komunikasi untuk melihat pengaruh isu politik, desain pesan, media komunikasi dan gangguan media komunikasi terhadap partisipasi politik. Objek penelitian ini adalah Siswa - Siswi kelas III Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tumpukan, Kabupaten Lumajang. Alasan Kabupaten Lumajang dijadikan objek penelitian karena daerah ini merupakan. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner. Penelitian dilaksanakan dalam

waktu 4 bulan dari April 2023 sampai dengan Agustus 2023

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh siswa - siswa kelas XII IPS SMAN 2 Lumajang yang bertempat di Kelurahan Tompokersan, Lumajang yang berjumlah 106 responden. Uji validitas model menggunakan pengukuran Outer Model SMART-PLS, dimana variabel dikatakan valid jika nilainya lebih besar dari 0,70 (70%) (Hair dkk, 2017).

Dalam model Smart PLS, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika tanggapan responden terhadap pertanyaan tersebut konsisten. Suatu alat ukur dikatakan reliabel atau konsisten jika composite reliability nya > 0,6 atau lebih besar dari 60% (Hair dkk, 2017). Apabila nilai composite reliability nya dibawah 60% maka dapat dikatakan alat ukur tersebut tidak reliabel atau tidak konsisten. Tabel 1 merupakan hasil uji reliabilitas yang menggunakan sampel kecil dengan jumlah 30 responden dengan menggunakan SmartPLS 4.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas		
	Composite Reliability	Keterangan
Partisipasi Politik	0.962	Reliabel
Isu Politik	0.958	Reliabel
Desain Pesan Media	0.91	Reliabel
Komunikasi Gangguan Media	0.974	Reliabel
Komunikasi	0.917	

(Sumber Data: Diolah Peneliti)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Partisipasi Politik

Berdasarkan hasil penelitian, nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel partisipasi politik sebesar 1,84 yang berarti bahwa partisipasi politik responden rendah. Item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yakni item

pernyataan “saya pernah berdonasi untuk keperluan unjuk rasa (demo)” sebesar 2,11, yang menunjukkan bahwa responden tidak pernah berdonasi untuk keperluan unjuk rasa (demo). Sedangkan item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah yakni “saya pernah bergabung dalam komunitas politik di sosial media” sebesar 1,58. Item pernyataan ini menunjukkan bahwa responden tidak pernah bergabung dalam komunitas politik di sosial media.

Analisis Deskriptif Isu Politik

Pada variabel isu politik, nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 3,84 yang berarti bahwa responden tertarik pada isu politik. Item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yakni item pernyataan “saya tertarik pada isu ketersediaan lapangan kerja” sebesar 4,11, yang menunjukkan bahwa responden tertarik pada isu yang membahas tentang ketersediaan lapangan kerja. Sedangkan item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah yakni “saya tertarik pada isu-isu kebebasan berpendapat” sebesar 3,58. Meskipun nilai terendah, indikator ini menunjukkan bahwa responden tertarik pada isu-isu yang membahas tentang kebebasan berpendapat.

Analisis Deskriptif Desain Pesan

Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel desain pesan sebesar 3,45 yang berarti bahwa responden tertarik dan memahami desain pesan dengan baik. Item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yakni item pernyataan “saya lebih mudah memahami pesan politik yang disampaikan dalam bentuk audiovisual (musik dan gambat)”, yang menunjukkan bahwa responden lebih mudah memahami pesan politik yang disampaikan dalam bentuk audiovisual (musik dan gambar). Sedangkan item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah yakni “saya tertarik terhadap konten yang disajikan secara tekstual (tulisan)” sebesar 3,25. Item

pernyataan ini menunjukkan bahwa responden masih ragu-ragu dalam ketertarikannya terhadap konten politik yang disajikan secara tekstual (tulisan).

Analisis Deskriptif Media Komunikasi.

Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Media Komunikasi sebesar 2,71 yang berarti bahwa responden masih ragu-ragu dalam penggunaan media sosial sebagai media partisipasi politik. Item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yakni item pernyataan “saya menggunakan instagram untuk mengetahui perkembangan terbaru isu politik”, yang menunjukkan bahwa responden masih ragu-ragu dalam penggunaan instagram sebagai media untuk mengetahui perkembangan terbaru isu politik. Sedangkan item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah yakni “saya menggunakan facebook untuk menemukan teman yang bisa diajak membahas isu-isu politik” sebesar 2. Item pernyataan ini menunjukkan bahwa responden tidak menggunakan facebook sebagai media untuk menemukan teman yang dapat diajak membahas isu-isu politik.

Analisis Deskriptif Gangguan Media Komunikasi

Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel gangguan media komunikasi sebesar 4,17 yang berarti bahwa responden lebih memilih membaca konten-konten lain daripada konten politik. Item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yakni item pernyataan “saya lebih memilih membaca konten hiburan dibanding konten politik di sosial media”, yang menunjukkan bahwa responden sangat lebih memilih membaca konten hiburan daripada konten politik di media sosial. Sedangkan item pernyataan yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) terendah yakni “saya lebih memilih membaca konten pendidikan dibanding konten politik di sosial media” sebesar 4. Meskipun nilai terendah, indikator ini menunjukkan bahwa responden

lebih memilih untuk membaca konten pendidikan daripada konten politik di sosial media.

Isu Politik (X1) tidak berpengaruh terhadap Partisipasi Politik (Y)

Pada pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen, berikut tabel III.7 yang disajikan dari Alat Analisis SEM-PLS.

Tabel 2. Uji Parsial

Variabel Bebas dan Variabel Terikat	P Values	Ket
Isu Politik -> Partisipasi Politik	0.212 (21,2%)	Tidak Berpengaruh
Desain Pesan - > Partisipasi Politik	0.813 (81,3%)	Tidak Berpengaruh
Media Komunikasi-> Partisipasi Politik	0 (0%)	Berpengaruh
Gangguan Media Komunikasi -> Partisipasi Politik	0.111 (11%)	Tidak Berpengaruh

(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Binder dkk (2021) menyatakan menyatakan bahwa anak muda sangat menganggap penting isu yang dibawa aktor politik jika anak muda juga terhubung secara emosional dengan aktor politik.

Penelitian ini telah melibatkan isu-isu yang disukai anak muda dalam variabel isu politik, seperti isu ketersediaan lapangan kerja, perlindungan hewan, dan pemberantasan kemiskinan sebagaimana yang direkomendasikan dalam riset Gen Z Millennial Report (IDN Times, 2021). Namun hasil penelitian ini cukup mengejutkan karena variabel isu politik ternyata tidak berpengaruh terhadap keputusan siswa-siswi

kelas XII IPS SMAN 2 Lumajang berpartisipasi politik. Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya (Binder dkk, 2021).

Meskipun penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya, ditemukan fakta bahwa anak muda sangat tertarik pada isu kesejahteraan sosial yang ditandai dengan tanggapan responden terhadap item pernyataan "saya tertarik pada isu ketersediaan lapangan kerja" sebesar 4,11 dan pernyataan "saya tertarik pada isu perlindungan hewan" sebesar 4,04 lalu pernyataan "saya tertarik pada isu pemberantasan kemiskinan" sebesar 4,02. Dari tiga pernyataan tadi dua diantaranya masuk dalam kategori isu kesejahteraan sosial dan satu pernyataan masuk ke kategori isu lingkungan. Sementara dalam pandangan teori ruang publik, dijelaskan bahwa isu - isu politik bisa membuka peluang masyarakat untuk berpartisipasi lebih lanjut jika ruang publik yang disediakan telah memenuhi syarat yang ada. Syarat - syarat ini adalah kesempatan yang sama bagi setiap individu untuk menyampaikan pendapat, akses yang sama bagi setiap individu untuk terlibat dan memperjuangkan ide ataupun argumennya (Habermas, 2010).

Saat ini muncul kritik terhadap ruang publik virtual seperti pada kolom diskusi di sosial media. Kritik ini seperti sifat media sosial memungkinkan siapa saja untuk berbicara atau mendistribusikan informasi baik benar atau salah sehingga menciptakan informasi hoax yang berulang. Tak hanya itu media sosial juga memungkinkan semua orang berbicara siapa dan mayoritas orang kesulitan mendengar (Nasrullah, 2012). Ketika ruang publik virtual tidak berfungsi sebagaimana mestinya maka opini publik atau ide individu ini tidak bisa tersalurkan dengan baik kepada pembuat kebijakan dan menghambat bentuk partisipasi politik di dunia maya.

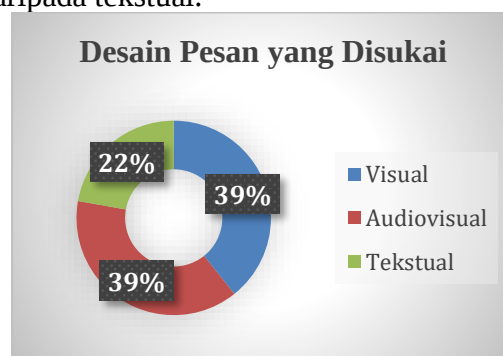
Hasil penelitian ini mendukung konsep kritik terhadap ruang publik virtual dimana isu politik tidak bisa mempengaruhi

partisipasi politik karena terkendala pada hambatan yang muncul pada ruang publik virtual seperti munculnya hoax, berita tidak terverifikasi, ujaran kebencian yang muncul dalam narasi-narasi politik yang menyebabkan publik tidak memutuskan untuk berpartisipasi politik.

Desain Pesan (X2) tidak berpengaruh terhadap Partisipasi Politik (Y)

Desain adalah ibarat bingkai yang mengantarkan komunikasi untuk terlibat lebih jauh dalam memahami pesan lebih mendalam. Penelitian ini menggunakan variabel desain pesan karena menindaklanjuti fenomena politik di media yang divisualisasikan dalam video dan gambar.

Penelitian sebelumnya mengenai partisipasi politik yang dilakukan oleh Juditha dan Dharmawan (2010) menyatakan bahwa jenis desain yang disukai oleh anak muda adalah film (audiovisual), pesan teks dan video digital. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan responden lebih tertarik terhadap konten politik yang disajikan melalui gambar (visual) dengan presentase 49,5% dan gambar dan musik (audiovisual) sebesar 48,5%, dan secara tulisan (tekstual) sebesar 28%. Responden penelitian juga lebih mudah memahami konten politik yang disajikan melalui visual dan audiovisual daripada tekstual.



Gambar 1. Presentase desain pesan yang disukai Responden

(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Konten yang disajikan secara visual menempati urutan pertama karena secara pengemasan lebih banyak melibatkan banyak

simbol, seperti bahasa, warna, gambar dan sebagainya. Begitupula dengan konten audio visual memiliki lebih banyak unsur baik simbol verbal (suara) dan simbol non verbal (gambar) (Effendy, 2007).

Menurut teori pesan, terdapat unsur-unsur pesan yang harus dipenuhi agar sebuah pesan bisa dikatakan menarik dan dapat dipahami komunikan. Pertama, kode pesan harus sesuai yang terdiri dari simbol-simbol yang bisa dipahami komunikan. Kedua, materi pesan harus sesuai dengan pemahaman komunikan dan ketiga wujud pesan harus disusun semenarik rupa agar komunikan tertarik terhadap isi pesan.

Hasil penelitian ini menyatakan responden tertarik pada pesan visual dan audio visual yang mendukung satu poin dalam teori pesan (Siahaan, 1991) dimana segi pengemasan pesan sangat diperhitungkan oleh generasi gen z.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan di Amerika Serikat oleh Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich (2020) terhadap tujuh ribu konten video politik tentang Amerika Serikat di TikTok menemukan hubungan positif antara desain pesan audiovisual dengan perilaku partisipasi politik masyarakat AS. Namun asumsi penelitian Serrano, Papakyriakopoulos & Hegelich (2020) tidak terbukti dalam penelitian ini. Hasil penelitian menyatakan bahwa desain pesan tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik. Dengan demikian penelitian ini tidak mendukung penelitian Serrano dkk (2020).

Media Komunikasi (X3) berpengaruh positif terhadap Partisipasi Politik (Y)

Media Komunikasi untuk penyampaian pesan politik memiliki peran penting. Pemilihan media komunikasi yang tepat bisa membantu aktor politik mendapatkan audiens. Penelitian ini menemukan bahwa media komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan sebanyak 35% terhadap partisipasi politik anak muda. Menurut Riset dari IDN Times tahun 2021

menyebutkan media komunikasi yang paling banyak digunakan oleh Gen Z Milenial Report adalah media sosial, yaitu Instagram memimpin dengan total penggunaan mencapai 74%, disusul dengan Facebook sebanyak 56%, Tiktok dengan total penggunaan 40% dan Twitter 9%. Penelitian ini mendukung temuan riset Gen Z Report yang dilakukan IDN Media (2023) yaitu Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh anak muda di lapangan.

Instagram Jadi Pilihan Pertama untuk Mendapatkan Informasi Politik

Menurut Teori Uses and Gratification, individu memilih media komunikasi berdasarkan keinginan dan kebutuhannya. Matei & Brit (2011) menjelaskan bahwa individu dalam menggunakan media komunikasi memiliki motif salah satunya adalah untuk mendapatkan informasi politik.



Gambar 2. Presentase media sosial yang digunakan anak muda
(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Instagram menjadi pilihan yang paling tepat bagi responden penelitian ini untuk mendapatkan informasi politik. Hal ini terlihat dari presentasi 45,9% responden menggunakan instagram untuk mendapatkan informasi politik, sisanya sebesar 25% menyatakan ragu - ragu, 12% menyatakan tidak setuju, 8,1% sangat setuju dan 8,1%

sangat tidak setuju. TikTok berada dibawah posisi Instagram sebagai media sosial yang digunakan responden untuk mendapatkan informasi politik. Hal ini terlihat dari presentase 34% responden yang setuju menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi politik, sisanya 28% mengatakan ragu-ragu, 14% mengatakan tidak setuju, 12 persen mengatakan sangat tidak setuju, 9 persen mengatakan sangat setuju.

Twitter menjadi platform alternatif ketiga bagi responden penelitian ini untuk mendapatkan informasi politik. Hal ini terlihat dari presentase sebanyak 26% responden yang menyatakan mereka menggunakan twitter untuk mendapatkan informasi politik. Sisanya 28% menyatakan ragu-ragu, 26% menyatakan tidak setuju, 13,5% menyatakan sangat tidak setuju.

Responden dalam penelitian menilai facebook bukan platform media sosial yang tepat untuk mendapatkan informasi politik. Hal ini terlihat melalui presentase 10,8% responden yang setuju menggunakan facebook untuk mendapatkan informasi politik, sisanya sebanyak 35% mengatakan tidak setuju, 27% sangat tidak setuju dan 25% mengatakan ragu - ragu.

Anak muda menjadikan instagram sebagai pilhan utama karena instagram memiliki fitur yang sangat beragam. Fitur yang dapat ditemui di instagram adalah video pendek (reels), insta story 30 detik, video panjang 2 menit, meme gambar, pesan personal dan sebagainya. Dari segi tampilannya, instagram sangat memudahkan penggunaanya untuk membagikan aktivitas melalui gambar ataupun video. Fitur kirim pesan personal juga memudahkan antar pengguna bersosialisasi lebih dalam.

Instagram Jadi Pilhan Pertama untuk Berdiskusi mengenai Isu Politik

Selain mendapatkan informasi politik, Matei & Britt (2010) menjelaskan motif individu menggunakan sosial media adalah untuk bersosialisasi. Responden penelitian ini memilih instagram sebagai

media pertama yang digunakan untuk menemukan teman diskusi politik mereka terhadap suatu isu. Hal ini terlihat dari jumlah presentase 26% responden menyatakan setuju menggunakan instagram untuk menemukan teman diskusi terkait isu politik. Sisanya sebanyak 30% mengatakan tidak setuju, 19% mengatakan ragu-ragu, 18% sangat tidak setuju. TikTok berada di urutan kedua dengan presentase 23% responden yang mengatakan setuju menggunakan TikTok untuk menemukan teman diskusi yang membahas isu politik. Sisanya 29% responden tidak setuju 23% mengatakan ragu-ragu, 20% mengatakan tidak setuju (gambar 3).

Twitter menjadi pilihan ketiga dengan presentase 19% responden yang mengatakan setuju menggunakan Twitter untuk menemukan teman diskusi yang membahas isu politik. Sisanya 31% responden tidak setuju, 22% mengatakan ragu-ragu, 23% mengatakan tidak setuju.



Gambar 3. Presentase media sosial yang digunakan anak muda
(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Responden dalam penelitian menilai facebook bukan platform media sosial yang tepat untuk bersosialisasi terkait hal politik. Hal ini terlihat melalui presentase 15% responden yang setuju menggunakan facebook untuk mendapatkan informasi politik, sisanya sebanyak 38% mengatakan tidak setuju, 33% sangat tidak setuju dan 21% mengatakan ragu - ragu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anak muda cenderung menggunakan instagram dalam hal mencari atau berdiskusi tentang isu politik. Penelitian ini mendukung temuan Gen Z Millennial Report (IDN Times, 2021) yang mengatakan bahwa Instagram masih menjadi media paling populer di kalangan Gen Z. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa dalam menggunakan Instagram anak muda juga memiliki motif untuk mencari informasi politik dan berdiskusi dengan pengguna lain terkait suatu isu politik.

Gangguan Media Komunikasi (X4) tidak berpengaruh terhadap Partisipasi Politik (Y)

Tabel 3. Uji Simultan Variabel

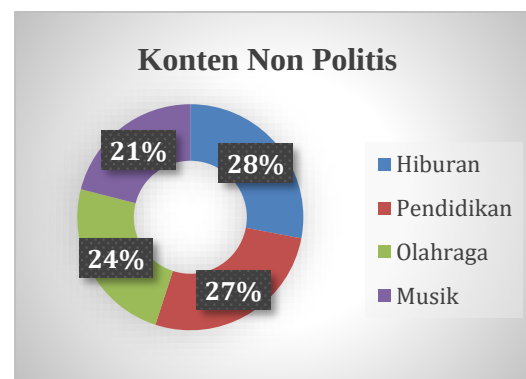
Variabel X dan Variabel Y	R Square
Isu Politik, Pesan Politik, Desain Pesan, Media Komunikasi, Gangguan Media Komunikasi -> Partisipasi Politik	0.215 (21,5%)

(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Proses komunikasi tidak terhindar dari gangguan. Gangguan membuat pesan komunikasi tidak sepenuhnya tersampaikan terhadap komunikan. Penelitian Matthes (2022) mengatakan terdapat hambatan saat pesan politik disampaikan melalui media sosial. Hambatan ini berupa informasi non politis seperti hiburan, iklan, musik dan lain sebagainya. Hambatan ini pula yang membuat audiens harus memilih untuk membaca pesan politis atau pesan non politis.

Pernyataan Matthes tersebut terbukti secara ilmiah dengan melihat hasil penelitian ini bahwa responden mengatakan mayoritas dari mereka lebih memilih membaca konten non politis daripada konten politis. Konten non politis pertama yang paling banyak dipilih responden untuk dibaca saat disandingkan dengan konten politis

adalah konten hiburan dengan presentase 28% responden, disusul konten musik dengan presentase 21%, konten pendidikan 27% dan konten olahraga 24% (gambar 4).



Gambar 4. Presentase konten non politis yang diakses anak muda
(Sumber Data: Diolah Peneliti)

Matthes (2022) menilai bahwa aktor politik banyak mengesampingkan faktor gangguan dalam media sosial sehingga pesan politik tidak diterima oleh komunikan secara efektif. Namun dalam penelitian ini hipotesis tersebut tidak terbukti secara ilmiah karena tidak ditemukan pengaruh antara gangguan dalam media komunikasi dengan keinginan untuk berpartisipasi politik.

Pengaruh Kombinasi Isu Politik, Desain Pesan, Media Komunikasi dan Gangguan Media Komunikasi, terhadap Partisipasi Politik.

Dari keempat variabel bebas penelitian, tiga diantaranya dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Ketiga variabel ini adalah Isu Politik, Desain Pesan dan Gangguan Media Komunikasi.

Menurut Teori Efek Media Massa, pesan-pesan yang disajikan oleh media bisa mempengaruhi perilaku komunikan dalam tiga tahap, kognitif, afektif dan behaviour (Wiryanto, 2000). Jika dilihat melalui Teori Efek media massa, Isu politik beserta wujud pengemasannya tidak berhasil mempengaruhi ke tingkat kognitif, afektif, hingga behaviour (perilaku) komunikan. Terlepas dari relevan tidaknya suatu isu

politik dengan kebutuhan anak muda, peneliti disini lebih banyak menyoroti faktor eksternal yang menghambat pengaruh isu politik dan desain pesan terhadap partisipasi politik anak muda.

Jika melihat karakteristik anak muda yang memasuki dewasa awal, terdapat banyak faktor eksternal yang mempengaruhi mereka untuk berpartisipasi politik. Seperti pengetahuan politik yang belum cukup, kegiatan sosial yang berkaitan langsung dengan isu-isu sosial dan kurangnya waktu untuk terlibat dalam ruang diskusi politik.

Disamping itu anak muda dalam mengakses isu politik juga menerima semacam gangguan informasi non politis seperti konten hiburan, musik, pendidikan dan olahraga. Meskipun variabel Gangguan Media Komunikasi tidak memiliki pengaruh terhadap Partisipasi Politik namun fakta bahwa informasi non politis beredar memenuhi ruang-ruang di sosial media tidak dapat dipungkiri. Akibatnya anak muda tidak bisa sepenuhnya menerima pesan politik akibat banyaknya gangguan komunikasi non politis yang beredar.

Adapun variabel media komunikasi dinyatakan berpengaruh terhadap partisipasi politik sehingga diharapkan aktor politik bisa memanfaatkan dan memaksimalkan media komunikasi untuk mencapai tujuan politik.

Tingkat Partisipasi Politik Murid Kelas XII IPS SMAN 2 Lumajang Rendah

Partisipasi politik anak muda kerap menjadi sorotan karena hasil dari banyak penelitian menunjukkan angka yang rendah (Karim, Wibawa, Arisanto, 2019); (Morrisan, 2019); (CSIS, 2022). Senada dengan penelitian diatas, penelitian ini juga menemukan bahwa partisipasi politik responden penelitian hanya sebesar 1,84 yang berarti rendah. Beberapa bentuk partisipasi yang sangat tidak diminati oleh anak muda adalah mereka tidak bersedia berdonasi untuk keperluan unjuk rasa (demo). Anak muda dan unjuk rasa adalah dua hal yang sangat berhubungan. Unjuk rasa

adalah salah satu wadah anak muda untuk mengungkapkan ide maupun pendapatnya (Saud & Margono, 2021).

Dalam banyak aksi unjuk rasa di Indonesia, kalangan anak muda tidak pernah absen untuk terlibat. Seperti dalam kasus unjuk rasa terkait Omnibus Law, anak muda menjadi barisan terdepan dalam menyuarakan pendapat. Namun yang perlu diingat adalah responden penelitian merupakan kelompok anak muda yang baru memasuki usia dewasa awal, dimana pengetahuan terhadap kebijakan dan isu politik belum sepenuhnya terbentuk. Jika melihat dari fenomena aksi unjuk rasa beberapa tahun terakhir, jagat maya sempat diramaikan oleh aksi unjuk rasa 11 April 2022 yang dilakukan oleh anak STM. Namun secara kuantitas, jumlah kalangan anak STM ini sangat jauh dari seluruh jumlah anggota aksi unjuk rasa.

Responden penelitian ini juga tidak tertarik untuk menandatangani petisi kebijakan. Artinya, mereka cenderung lebih pasif terhadap suatu kebijakan yang membutuhkan perubahan. Adapun jenis partisipasi politik yang paling bisa dilakukan oleh responden penelitian ini adalah mereka bergabung dalam komunitas politik di sosial media. Pernyataan ini masuk akal mengingat sebagian besar anak muda menghabiskan waktunya di media online. Media online seperti media sosial lebih memiliki potensi besar untuk mendorong tingkat partisipasi politik anak muda. Sebagaimana yang kita lihat bahwa variabel media komunikasi penelitian ini sangat berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik anak muda. Aktor politik sekali lagi perlu untuk menentukan secara tepat strategi pemilihan media sosial untuk menjangkau suara anak muda.

SIMPULAN

Penelitian ini telah meneliti pengaruh Isu Politik, Desain Pesan, Media Komunikasi, dan Gangguan media Komunikasi mempengaruhi variabel Partisipasi Politik pada siswa -siswi kelas XII

SMAN 2 Lumajang. Berdasarkan analisis yang telah diperoleh maka bisa disimpulkan hal-hal dibawah ini.

Responden mengatakan tertarik terhadap isu-isu politik yang disajikan. Isu politik yang paling diminati oleh responden adalah topik kesejahteraan sosial dan topik lingkungan hidup. Adapun isu yang kurang diminati adalah isu kriminal. Meskipun secara keseluruhan responden menyatakan tertarik terhadap isu politik, namun penelitian ini tidak menemukan pengaruhnya terhadap partisipasi politik. Responden berpendapat pesan visual dan audiovisual adalah pesan yang lebih menarik dibandingkan pesan tekstual. Responden juga mengaku lebih mudah memahami pesan yang disajikan dalam bentuk visual dan audiovisual dibanding tekstual. Namun penelitian ini tidak menemukan pengaruh desain pesan terhadap partisipasi politik.

Responden menilai media komunikasi sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi mereka untuk berpartisipasi politik. Responden memilih Instagram sebagai media sosial pertama yang akan digunakan untuk mencari informasi politik terhangat. Responden juga memilih instagram sebagai platform untuk berdiskusi tentang isu - isu politik. Selain Instagram, Tiktok menjadi platform kedua yang dipilih responden untuk mencari informasi politik dan berdiskusi isu politik. Responden paling tidak menyutujui Facebook dan Twitter sebagai platform yang mereka gunakan untuk mencari dan berdiskusi isu politik. Dari hasil penelitian diatas, aktor politik dalam hal ini perlu mempertimbangkan media komunikasi yang tepat untuk menjangkau audiens.

Responden sangat setuju untuk mengakses konten non politis dibandingkan konten politis di suatu platform sosial media. Responden paling setuju mengakses konten hiburan dan musik daripada konten-konten lainnya. Tingginya minat responden untuk mengakses konten non politis sejalan dengan tingkat partisipasi politik responden yang rendah. Namun penelitian ini tidak

menemukan pengaruh dari gangguan media komunikasi terhadap partisipasi politik.

Partisipasi politik responden tergolong rendah yaitu sebesar 1,84%. Responden paling tidak tertarik untuk bergabung dalam komunitas politik di sosial media dan membeli atribut politik. Responden juga tidak tertarik mengikuti dan berdonasi untuk keperluan unjuk rasa. Beberapa penyebab partisipasi politik rendah karena responden lebih memilih mengakses konten non politis dibanding konten politis di sosial media. Selain itu pesan politik yang terdapat di Instagram dan Tiktok kurang bisa menarik perhatian responden.

Isu Politik, Desain Pesan, Media Komunikasi, dan Gangguan media Komunikasi memiliki pengaruh yang rendah terhadap Partisipasi Politik yaitu sebesar 21,5%. Sisanya sebanyak 78,5% variabel partisipasi politik dipengaruhi oleh variabel lain yang di luar penelitian ini.

Penelitian ini menyajikan isu politik yang relevan dengan minat anak muda. Namun penelitian ini tidak menghubungkan isu politik dengan akses anak muda pada ruang obrolan atau disukusi di sosial media. Penelitian ke depan perlu mengkaji tindakan anak muda yang lebih konkrit terhadap isu-isu yang diminati pada platform sosial media. Hal ini agar bisa memahami tahapan partisipasi anak muda setelah mengakses isu-isu yang disukainya di sosial media hingga kemudian memutuskan untuk berpartisipasi atau tidak berpartisipasi.

Penelitian ini meneliti desain pesan berdasarkan desainnya. Penelitian ini tidak mengkaji struktur desain yang lebih mendalam yaitu tulisan, simbol, letak bahasa seperti yang disebutkan dalam unsur teori pesan. Penelitian mendatang bisa meneliti variabel desain pesan dengan melibatkan unsur - unsur yang lebih detail. Hal ini untuk mengetahui bagaimana peran setiap unsur dalam mempengaruhi variabel partisipasi politik.

Penelitian melibatkan empat media komunikasi untuk mempengaruhi variabel

partisipasi politik dan ditemukan dua media yang mempengaruhi variabel. Penelitian ke depan bisa mengkaji lebih mendalam melalui karakteristik instagram dan tiktok seperti fitur *direct message* (dm), fitur *reels*, fitur ruang komentar, berbagi, menyukai dan sebagiannya untuk mengetahui lebih jauh perannya terhadap variabel partisipasi politik. Penelitian meneliti gangguan media komunikasi yang berupa konten non politis. Konten non politis ini terbagi menjadi empat macam, konten hiburan, olahraga, pendidikan dan musik. Penelitian ke depan bisa mengukur aspek gangguan tidak hanya dari non politis melainkan gangguan konten politis itu sendiri, seperti berita hoax dan informasi yang berlebihan.

Penelitian ini mengukur tingkat partisipasi politik terhadap responden yang berusia 17 dan 18 tahun. Penelitian ke depan sangat direkomendasikan mengambil responden yang berusia 24 tahun keatas dimana pada usia ini individu lebih bisa mengelola informasi politik dan memiliki pengalaman terkait sosial - politik yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Binder, A. Heis, Matthes & Sanders, (2021), *Dealigned But Mobilized? Insights From A Citizen Science Study On Youth Political Engagement*. *Journal Of Youth Studies*. 24(2), 232- 249.
- Boulianne, S. & Theocharis, Y. 2020. *Young People, Digital Media, And Engagement: A Meta-Analysis Of Research*. *Social Science Computer Review*. 38(2). 111–127.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar, Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Clua, A., León, S & Ferrer, N. (2021). *Knocking on the Public Sphere Door: Does Online Political Participation Make a Difference for Young People in Spain?*. *Youth and Politics in Times of Increasing Inequalities*, Palgrave Studies in Young People and Politics, 15 (1– 2): 183–206
- CSIS. (2022) Diakses Melalui <https://kumparan.com/kumparannews/Csis-Pemilih-Muda-Di-2024-Capai-114-Juta-Hanya-1-1-Minat-Masuk-Parpol-20198dxtu6h/Full>
- Effendy, (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Habermas, J. (2010). *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Masyarakat BorjuiS*. Edisi Terjemahan: Yudi Santoso. Bantul: Kreasi Wacana.
- Hair, J. F. et. al. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Los Angeles
- IDN Times. (2022). *Indonesian Gen Z Report*.
- Karim, A., Wibawa, A. & Arisanto, P. (2021). *Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial*. *Polistaat: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. 3(2),
- Kholid, A. & Nurmandi, A. (2015). *Media Sosial Dan Partisipasi Politik Mahasiswa Selama Masa Pemlihan Presiden 2014*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Kebijakan Publik*. 2(1).
- Juditha, C. & Darmawan, J. (2018). *Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Generasi Milenial*. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*. 22(2), 94-109.
- Matthes, J. (2022). *Social Media And The Political Engagement Of Young Adults: Between Mobilization And Distraction*. *Online Media Glob. Commun*. 2022; 1(1): 6–22
- Matei dkk (2011). *Virtual Sociability: From Community to Communitas*. USA: InterAcademic
- Morrisan., (2019). *Tingkat Partisipasi Politik Dan Sosial Generasi Muda Pengguna*

- Media Sosial. Jurnal Visi Komunikasi. 15 (1), 96-113.
- Nasrullah, R. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas . 4 (1): 30
- Saud, M. & Margono, H. (2021). Indonesia's Rise In Digital Democracy And Youth's Political Participation. Journal Of Information Technology & Politics. 18(21), 434-451.
- Serrano, J., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S., (2020). Dancing To The Partisan Beat A First Analysis Of Political Communication On Tiktok. Researchgate Publication.
- Siahaan, SM. (1991). Komunikasi Pemahaman dan Penerapan. Jakarta : PT BPK Gunung Mulia.
- Wiryanto, (2000) Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Garsindo.