Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Kota Cirebon Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Hidayat Nurwahid*[1], Dwi Fitri Ginanti[2], Indah Luthfiatul Azra[3], Anggi Yus Susilowati[4]
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati [1,2,3,4]
*e-mail: Hidayat251104@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana media sosial dapat mempengaruhi perilaku politik mahasiswa, dengan mengambil lokasi penelitian spesifik pada mahasiswa di Kota Cirebon. Diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika partisipasi politik di era digital serta kontribusi media sosial sebagai alat kommunikası politik. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif Adapun sample yang digunakan dalam penelitian ini yakni mahasiswa yang melanjutkan studi pada kampus-kampus di universitas yang berada di Kota Cirebon. Penelitian ini kami mengunakan Teknik nonprobability sampling dengan cara quata Sampling, karena unit populasi telah di tentukan sejumlah 100 responden sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data di lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa di kota Cirebon secara acak dengan mengunakan Google form. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel independen (kampanye media sosial) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (partisipasi politik mahasiswa di Kota Cirebon). Hubungan yang ditemukan adalah negatif, menunjukkan bahwa peningkatan intensitas kampanye media sosial justru dapat mengurangi tingkat partisipasi politik mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan oleh kejenuhan, sikap apatis, atau persepsi negatif terhadap konten kampanye. Nilai koefisien determinasi R2 sebesar 98,4% menunjukkan bahwa model penelitian ini sangat kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Hanya 1,6% variasi yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Kampanye, Media Sosial, Mahasiswa, Partisipasi Politik

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which social media can influence student political behavior, by taking a specific research location on students in Cirebon City. It is hoped that a deeper understanding of the dynamics of political participation in the digital era and the contribution of social media as a political communication tool can be obtained. The method used in this research is descriptive with a quantitative approach. The sample used in this study is students who continue their studies on campuses at universities in the city of Cirebon. In this study we used nonprobability sampling technique by means of quata sampling, because the population unit has been determined as many as 100 respondents as the research sample. Data collection was carried out by distributing questionnaires to students in the city of Cirebon randomly using Google form. The results of this study indicate that the independent variable (social media campaign) has a significant influence on the dependent variable (student political participation in Cirebon City). The relationship found is negative, indicating that increasing the intensity of social media campaigns can actually reduce the level of student political participation. This can be caused by boredom, apathy, or negative perceptions of campaign content. The coefficient of determination R2 of 98.4% indicates that this research model is very strong in explaining the relationship between the independent and dependent variables. Only 1.6% of the variation is influenced by other factors outside this study.

Keywords **:** *Campaign, Social Media, Students, Political Participation*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi yang semakin pesat dewasa ini membawa banyak pengaruh dalam kehiduan sehari-hari, terutama pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menghilangkan sekat-sekat pembatas sehingga komunikasi dan informasi dapat dengan mudah di jangkau. Pada era sekarang komunikasi tidak selalu harus bertatap muka secara langsung atau mencari berita tidak harus selalui di lihat di acara tv dan koran, melainkan dapat dengan mudah mengunakan teknologi canggih seperti ponsel pintar (smartphone). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk di Indonesia Tahun 2023 mencapai 278 Juta Jiwa (BPS Indonesia, 2024). sedangkan Jumlah penguna Ponsel Pintar menurut media Investor.id pada tahun 2023 jumlah Penggunaan ponsel pintar (Smartphon) di indonesia mencapai 190,03 Juta Jiwa, dari data menunjukan hampir setengah penduduk di Indonesia sudah mengunakan ponsel pintar. Pengunaan Smartphone ini di tengarai karena banyaknya fitur-fitur yang menguntungkan bagi penguna, dimana ponsel pintar tidak hanya untuk kebutuhan komunikasi semata. Akan tetapi, di gunakan juga dalam hal perekonomian, pendidikan, bahkan sampai politik.

Penguna Ponsel Pintar tidak hanya di gunakan oleh kalangan masayarakat umum, akan tetapi juga pada kalangan pelajar dan terutama pada mahasiswa. Pengunaan Ponsel Pintar pada mahasiswa sangat membatu dalam menunjang prose belajar, dimana mahasiswa selalu di tuntut akan fleksibilitas artinya dimana pun dan kapanpun harus bisa. Adanya Ponsel Pintar ini memudahkan mahasiswa dalam mencari referensi sumber penelitian, selaian itu dapat memberikan informasi secara cepat dan akurat tanpa sedikitpun hambatan. Pengunaan Ponsel Pintar bagi mahasiswa tidak hanya untuk menunjang Proses belajar saja, acapkali mahasisawa memanfaatkan untuk sarana hiburan dan memanfaatkanya untuk mendapatkan berita informasi secara cepat. Mengutip dari penelitian (Sari et al., 2024) Menurut Badan Pusat Statistik, data terakhir pada tahun 2023 penggunaan media sosial di Indonesia berkembang sangat pesat. Terdapat total 167 juta pengguna media sosial, di mana 153 juta di antaranya berusia di atas 18 tahun, atau 79,5% dari total populasi Indonesia. Pada pemilihan umum 2024 Pada Pemilu 2024, pengaruh media sosial akan semakin terlihat dengan cepatnya penyebaran informasi politik melalui berbagai platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Twitter.

Pada Kampanye Politik Calon Presiden dan Wakil Presiden pada pemilihan umum 2024, masing-masing pasangan calon memanfaatkan peluang yang ada dimana tingginya jumlah angka penguna Ponsel Pintar di Indonesia. Sehingga masing-masing tim suskes Calon Presiden dan Presiden memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye mengikuti perkembangan teknologi yang ada terutama pada mahasiswa yang intens dalam mengunakan media sosial. Pengunaan media sosial sebagai alat kampanye politik ini bertujuan mengaet khalayak mahasiswa yang memang jarang ada waktu untuk sekedar melihat iklan kampanye pada televisi bahkan untuk membaca pada Koran, aksebilitas Informasi yang mudah untuk mendapatkan informasi politik melalui konten di media sosial memungkinkan para mahasiswa berpartisipasi dalam proses politik. Selaras dengan Pendapat (Hafizi, 2023) Persepsi masyarakat terhadap politik merupakan hasil dari berbagai faktor, termasuk informasi yang diterima dari media. Di era digital ini, media sosial menyediakan akses langsung ke berita dan diskusi politik yang dapat mempengaruhi pandangan individu dan kelompok terhadap isu-isu politik. Kehadiran beragam opini, pemberitaan, dan konten terkait politik di media sosial membentuk sudut pandang yang beragam di masyarakat. Selain itu, media sosial juga berpotensi mempengaruhi tingkat partisipasi politik. Partisipasi politik mengacu pada keterlibatan individu dalam proses politik, seperti pemilihan umum, kampanye politik, dan kegiatan kelompok. Keterlibatan melalui media sosial dapat berupa diskusi politik, kampanye online, dan gerakan yang muncul dari platform tersebut.

Menurut Walter Lippman dan Bernad Cohen pada tahun 1972 menyatakan bahwa dalam teori agenda setting menyebutkan, media dapat memengaruhi masyarakat dalam hal-hal tertentu. Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa atau memberikan perspektif tertentu dari peristiwa tersebut, media akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya signifikan (Efendi et al., 2023) Teori ini mengacu pada bagaimana liputan berita menentukan masalah mana yang menarik perhatian publik. Akibatnya, teori agenda setting muncul dari gagasan bahwa media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang. Teori ini berkaitan atau sejalan dengan teori yang digagas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein.

Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB), juga dikenal sebagai Theory Of Planned Behavior, menjelaskan bagaimana intensi muncul. bertindak. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah tiga determinan utama menurut TPB yang menentukan intensi berperilaku. Saat ini, teori ini banyak digunakan dalam bidang keilmuan yang membahas perilaku dan masalah lingkungan (Syamsudin, 2021). TPB ialah teori tentang intensi, yaitu seberapa keras seseorang berusaha dan seberapa banyak yang mereka korbankan untuk ambil tindakan. Planned Behavior, yang berkembang dari Theory of Reasoned Action, tiga komponen yang membentuk intensi dapat diprediksi: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Menurut (Pasaribu & Radikun, 2021) Intensi moral merupakan salah satu prediktor paling penting untuk tindakan moral seseorang. Intensi berperilaku juga dianggap sebagai prediktor utama untuk tindakan moral seseorang.

Kaitan antara ke dua teori ini yaitu Agenda Setting menjelaskan bagaimana media, seperti media sosial, memengaruhi perhatian dan prioritas siswa terhadap masalah politik tertentu, seperti pentingnya memilih dalam pemilu.Selanjutnya, tiga komponen TPB dipengaruhi oleh informasi terus-menerus yang disampaikan oleh media ini. Sikap terhadap perilaku mahasiswa yakni percaya bahwa memilih adalah hal yang penting dan positif karena mereka terpengaruh pada media. Mahasiswa merasa didorong untuk berpartisipasi karena teman dan orang lain juga ikut berpartisipasi di media sosial. Media memberikan informasi yang membuat siswa terlibat, seperti panduan lokasi TPS.Dengan kata lain, Agenda Setting membuat siswa sadar akan pentingnya masalah tersebut, sedangkan TPB menjelaskan bagaimana kesadaran itu berubah menjadi keinginan dan pilihan nyata.Kombinasi kedua teori ini menunjukkan bagaimana media memengaruhi keputusan individu dalam berbagai hal, termasuk pikiran dan tindakan.

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang akan digunakan untuk mengakaji penelitian yang akan dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memeperkaya bahan kajian yang akan di lakukan dalam penelitian.

(Mayang Sari dan Zulkarnain, 2024), dalam Jayapangus Press Gayana: Jurnal Imu Sosial dan Humaniora. Pada penelitian dengan judul " Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Masyarkat Kampus (Studi Mahasiswa Prodi PPI FUSI UINSU), berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi politik mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Sumatera Utara. Penggunaan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi politik, berdiskusi, dan mengorganisir kegiatan politik dapat memperkuat kesadaran politik dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam partisipasi politik. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat kampus, Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram dan TikTok menjadi sarana penting bagi mahasiswa untuk mengakses informasi politik, berdiskusi, dan mengorganisir kegiatan politik. Dengan akses yang mudah dan penyebaran informasi yang cepat, media sosial memungkinkan mahasiswa untuk lebih mudah terlibat dalam diskusi politik, mengekspresikan pendapat, dan mengorganisir kegiatan politik. Dimana dengan mudah terlibat dalam diskusi politik, mengekspresikan pendapat, dan menggalang dukungan untuk berbagai isu. Selain itu, media sosial juga membantu mobilisasi massa untuk menghadiri demonstrasi, pemilihan umum, dan kegiatan politik lainnya. Hasilnya, partisipasi politik di kalangan mahasiswa menjadi lebih aktif dan dinamis, menciptakan generasi muda yang lebih sadar dan kritis terhadap isu-isu politik yang berkembang.

(Hafizi, 2023), dalam jurnal Journal of Mandalika Social Science. Pada penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Masyarakat tentang Politik dan Partisipasi Politik", dengan hasil penelitian media sosial memberikan akses yang lebih luas dan lebih mudah terhadap informasi politik, yang pada gilirannya membentuk persepsi masyarakat tentang isu-isu politik. Namun, polarisasi yang diperkuat di media sosial dapat menciptakan tantangan dalam menciptakan dialog yang konstruktif. Polarisasi yang identifikasi menggarisbawahi pentingnya literasi media di era digital. Masyarakat harus mampu menganalisis dan menyaring informasi yang mereka terima di media sosial, agar tidak terjebak dalam gelembung informasi yang mengukuhkan pandangan mereka sendiri. Hal ini juga menunjukkan perlunya peran pemerintah dan lembaga pendidikan dalam mempromosikan literasi digital dan literasi kritis. Dalam konteks partisipasi politik, media sosial dapat memungkinkan partisipasi yang lebih aktif dan mudah. Namun, penting untuk disadari bahwa partisipasi daring tidak selalu sebanding dengan partisipasi luring yang lebih konkret seperti memberikan suara dalam pemilu. Oleh karena itu, media sosial mungkin lebih berperan dalam membentuk opini dan mendiskusikan isu-isu politik daripada mendorong partisipasi politik yang signifikan.

(Permana, 2022), dalam jurnal De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Pada penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Mahasiswa" berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa partisipasi politik sangat penting bagi setiap warga negara khususnya mahasiswa. Dengan adanya partisipasi politik maka akan tercipta demokrasi dan situasi politik yang lebih baik di masa yang akan datang. Media sosial sebagai salah satu alat yang digunakan sebagai komunikasi politik memiliki peran diantaranya sebagai media kampanye, mengembangkan literasi politik mahasiswa, dan meningkatkan partisipasi politik. Media sosial yang digunakan sebagai alat komunikasi dan menyebarkan informasi oleh para politisi dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai politik, sehingga dapat menimbulkan rasa ingin berpartisipasi dalam politik. Dengan partisipasi politik mahasiswa yang tinggi, maka akan menjadikan demokrasi dan sistem politik yang lebih baik untuk masa yang akan datang. Media sosial memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk mengekspresikan bentuk-bentuk partisipasi politik. Dengan menggunakan media sosial, juga dapat memudahkan politisi atau pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat.

(Rizki Putra & Nurcholis, 2021), dalam Artikel Ilmiah. Pada penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM" berdasrkan hasil penelitian di simpulkan Media sosial dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pemula dalam Pilpres 2019. Kampanye masif dari para kandidat melalui media sosial memiliki dampak yang signifikan. Melalui hal tersebut, pemilih pemula dapat mengenali dan mengetahui gagasan yang dibawa oleh para kandidat. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden dari pertanyaan pertama hingga pertanyaan terakhir yang hampir semuanya merujuk pada jawaban bahwa media sosial berhasil mempengaruhi partisipasi mereka sebagai pemilih pemula. Dengan adanya media sosial, pemilih khususnya pemilih pemula diharapkan mampu memilih pasangan calon yang tepat karena kampanye yang telah disebarkan bukan karena ikut-ikutan orang atau bahkan karena politik uang.

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu yang telah di lakukan dari penelitian-penelitian di atas terdapat perbedaan, perbedaan tersebut akan di kaji ulang yaitu Subyek, Obyek, dan Tempat Lokasi penelitian yang berbeda. Pembahasan penelitian di atas berfokus pada pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik pada mahasiswa, meskipun fokus utama penelitian memiliki latar belakang yang sama akan tetapi hal yang mencolok ialah fenomena lokasi penelitian yang berbeda. Pada penelitian yang akan dilakukan meskipun memiliki fokus penelitian yang sama yaitu pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik pada mahasiswa, ada pengkhususan dalam pengambilan lokasi penelitian yaitu pada Mahasiswa di Kota Cirebon.

Fokus dalam Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam meningkatkan kesadaran, keterlibatan, dan aktivitas politik di kalangan mahasiswa, khususnya dalam konteks pemilihan presiden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana media sosial dapat mempengaruhi perilaku politik mahasiswa, dengan mengambil lokasi penelitian spesifik pada mahasiswa di Kota Cirebon. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika partisipasi politik di era digital serta kontribusi media sosial sebagai alat komunikasi politik.

Artikel dimulai dengan penjelasan latar belakang, yaitu alasan perlu dilakukannya penelitian, yang didukung referensi/literatur pendukung. Referensi tidak diperkenankan menggunakan sumber yang tidak baku seperti wikipedia ataupun blog, dst (Abdul, 2017). Editor (2018) mensyaratkan agar artikel orisinil dan bukan merupakan plagiat hasil karya orang lain. Tujuan dituliskan pada bagian akhir latar belakang. Jumlah referensi minimum yang digunakan delapan. Penulisan referensi dan kutipan mengacu pada APA *style*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan di lakukan mengunakan Deskripftif kuantitatif, menurut (Bungin, 2019) dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif menjelaskan penelitian kuantitatif mengunakan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringankan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang muncul pada masyarakat. Yang menjadi obyek penelitian berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengakar kepermukaan karakter atau gambaran tentang kondisi,situasi, ataupun variabel tersebut. Peneliti mengunakan metode format deskriftip di gunakan untuk mengukur pengaruh kampanye mdia sosial terhadap paertisipasi mahasiwa di kota cirebon. Hal ini untuk mengetahui pengaruh kampanye media sosial terhadapa tindak tanduk prilaku politik mahasiswa di kota Cirebon.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang melanjutkan studi pada kampus-kampus di universitas yang berada di Kota Cirebon. Mengingat mahasiswa yang berkuliah di Cirebon berjumlah cukup banyak, peneliti melakukan penarikan sampel mengunakan teknik nonprobability Sampling. Menurut (Bungin, 2019) pada rancangan sampel nonprobabilitas, bahwa tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk di jadikan sampel penelitian. Hal ini, karena sifat populasi itu sendiri yang heterogen. Pada penelitian ini kami mengunakan Teknik nonprobability sampling dengan cara quata Sampling, karena unit populasi telah di tentukan sejumlah 100 responden sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data di lakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa di kota Cirebon secara acak dengan mengunakan Google form. Pertanyan kuesioner mengunakan pertanyan tertutup, dimana jawaban atas pertanyan sudah di siapkan untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data. Untuk mengetahui jawaban dari responden maka di butuhkan skala. Skala yang di gunakan untuk penelitian ini ialah skala Guttman, dengan Interval 1 = Setuju dan 2= Tidak Setuju.

Pengolahan data yang di gunakan pada penelitian ini mengunakan teknik statistika sederhana dengan uju regresi dan uji bivariat untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kampanye media sosial memiliki pengaruh atau tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu terhadap partisipasi politik mahasiswa di kota Cirebon. Selanjutnya teknik analis data yang di gunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan uji reabilitas untuk mengukur dan mengetahui pengaruh kampanye media sosial terhadapt partisipasi politik mahasiswa di kota cirebon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Konsep

Salah satu kegiatan dalam menyampaikan pesan dari seorang komunikan kepada komunikator yaitu melalui kampanye. Kampanye sendiri menurut KBBI memiliki pengertian yakni suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam perlemen dan sebaginya dengan tujuan untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara. Dalam kampanye pada pemilihan umum sendiri tak luput dari penggunaan bahasa yang merujuk pada penyampaian pesan, harapan dan keinginan dalam memengaruhi masyarakat terkait (Dwi Nur Prasetyo, 2018). Selain penggunaan bahasa kampanye juga harus memiliki suatu ciri khas yang dapat dijadikan sebagai objek yang menarik.

Kampanye memiliki berbagai macam jenis, dan tentunya media yang digunakan dalam kampanye juga bermacam-macam seperti spanduk, media televisi, handphone, dan salah satunya yang saat ini banyak digunakan yakni berkampanye dengan media sosial. Kampanye politik sendiri memiliki tujuan yakni mempengaruhi seseorang dalam proses pengambilan keputusannya dalam menentukan kelompok tertentu yang akan dipilihnya, selain itu para kandidat atau calon akan mempertimbangkan dan mempersiapkan strategi dan perencanaan yang matang (Fatimah, 2018).

Media Sosial merupakan bentuk komunikasi baru melalui beberapa media sebagai perantara penyampaian pesan, pesatnya perkembangan media sosial tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi. Selaras dengan pendapat . (Nasrulah dalam Puspitarini & Nuraeni, 2019) Media sosial Merupakan sebuah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri mereka sendiri dan berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna media sosial lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Terdapat banyak sekali jenis dari media sosial, berikut ini merupakan enam kategori besar media sosial yang dirangkum oleh (Nasrullah dalam Sama et al., 2021) :

- Social Networking merupakan alat yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang ditimbulkan dari interaksi tersebut di dunia maya. Contoh aplikasi pada Meta.
- Blog Blog merupakan media sosial yang memberikan akses kepada pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan lain sebagainya.
- Microblogging Jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mengunggah aktivitas dan pendapat mereka.
- Media Sharing Memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online.
- Social Bookmarking Media sosial yang berfungsi untuk menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Media Sharing Memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online.
- Wiki Media konten bersama yang merupakan situs dengan konten hasil kolaborasi pengguna. Selain itu, memilih media promosi yang tepat juga sangat penting karena sarana promosi utama yang akan kita jalankan adalah secara online melalui media sosial, maka media promosi yang paling tepat adalah melalui video.

Media sosial merupakan salah satu agen Sosialisasi Politik yang panling ampuh di era saat ini, karena akses penyebaran informasi yang di peroleh cukup mudah oleh penguna smartphone terkhusus pada kalangan Mahasiswa. Penyebaran Informasi politik melalui media sosial ini berpengaruh dalam meningkatkan partisipasi politik, partisipasi politik ini mempengaruhi pengambilan dan tindak tanduk keputusan Masyarakat untuk memilih. Menurut (Indrawan et al., 2023) Bentuk kampanye dapat berupa ajakan yang disampaikan dalam sebuah blog atau tulisan elektronik, kemudian dapat juga menggunakan situs-situs seperti situs resmi partai politik dan lainnya, selain itu kampanye online juga dapat memanfaatkan kecanggihan media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram. Bentuk pengemasan informasi secara online juga dapat tersusun dengan rapi karena kemajuan teknologi dan kecepatan akses informasi, seperti bentuk informasi ajakan untuk mendukung organisasi atau individu tertentu sesuai dengan pilihan yang didapatkan oleh hati nurani masing-masing individu.

Partisipasi memiliki pengertian yaitu keikutsertaan seseorang dalam suatu peristiwa atau kegiatan. Partisipasi menurut (Suharyanto, 2020) yaitu penentuan sikap dan keterlibatan seseorang dalam suatu kondisi atau situasi dalam kelompok, sehingga pada akhirnya individu tersebut berperan dalam pencapaian tujuan bersama. Menurut (Budiardjo dalam Suharyanto, 2020) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan seseorang dalam keikutsertaan secara aktif dalam kehidupan politiknya, yakni dengan memilih pemimpin negara dengan cara langsung maupun tidak langsung yang akan mempengaruhi suatu kebijakan pemerintah.

Dalam artian sempit dengan konteks postingan media sosial salah satu Capres dan Cawapres mendokumentasikan kegiatan kampanye pada media sosial seperti Instagram misalnya, masyarakat dapat langsung ikut berpartisipasi dengan melakukan aksi like postingan, share postingan, dan berkomentar pada postingan baik itu komentar yang mengarah positif atau negatif. Hal ini selaras dengan pendapat (Rizki Putra & Nurcholis, 2021) Partisipasi politik merupakan suatu bentuk kegiatan masyarakat sebagai warga negara dalam bentuk kegiatan politik yang memberikan dampak positif maupun negatif terhadap negara dan masyarakat pada umumnya.

Partisispasi politik masyarakat memiliki peranan yang sangat penting karena dapat merangsang dinamika politik sehingga akan terciptanya kematangan demokrasi, maka partisipasi politik masyarakat seharusnya masuk dalam kehidupan sehari-hari agar pelaksanaan pemerintahan berjalan dengan efektif (Averus & Alfina, 2020) Partisipasi politik sendiri memilik bentuk-bentuknya, seperti yang dikutip dalam (Nu'man & Zulaifah, 2015) :

- Kegiatan Pemilihan
  Dalam point ini kegiatan yang bisa dilakukan yakni dengan pemungutan suara. Dimana kegiatan pemungutan suara menjadi kegiatan yang bukan hal biasa lagi. Seseorang yang ikut kegiatan pemilihan umum atau kampanye termasuk kedalam pastisipasi politik dalam kegiatan pemilihan.
- Kegiatan Organisasi
  Kegiatan ini berkaitan dengan seseorang yang menjabat sebagai anggota atau pejabat dalam suatu organisasi politik.
- Diskusi Politik

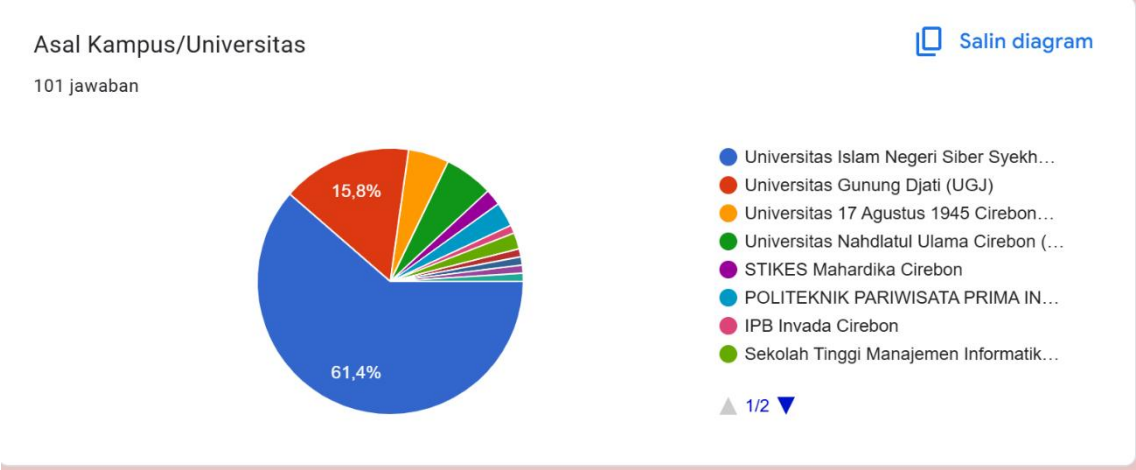
Dimana pada hal ini seseorang akan berbicara atau mendidkusikan persoalan yang berbau politik. Dalam pandangannya seseorang yang terlibat pembicaraan dan cenderung mencari solusi termasuk kedalam partisipasi politik.

- Melakukan Lobi
  Dalam kegiatan ini seseorang yang menyampaikan pendapatnya atau seseorang yang berusaha menghubungi pejabat atau yang berkuasa dalam pemerintahan untuk dapat mempengaruhi keputusan yang menyangkut banyak pihak terkait.

Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai orang yang belajar di sekolah tinggi, baik negeri maupun swasta, atau lembaga lain yang setingkat dengan sekolah tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki kecerdasan yang tinggi, kecerdasan berpikir, dan kemampuan untuk mempersiapkan tindakan. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Handayani, 2016). Sementara menurut (Hafizhuddin, 2019) orang yang belajar di perguruan tinggi disebut mahasiswa. Setelah lulus sekolah, sebagian besar siswa menganggur, mencari pekerjaan, atau melanjutkan ke perguruan tinggi. Orang yang terdaftar di perguruan tinggi disebut mahasiswa.

Menurut KBBI mahasiswa memiliki pengertian orang yang belajar di perguruan tinggi. Seorang mahasiswa termasuk ke dalam agen perubahan, karena mahasiswa nantinya yang akan mencetuskan perubahan dalam kehidupan terutama dalam kehidupan disuatu negara. Mahasiswa akan menjadi agen terhadap berjalannya suatu politik yang ada di negara. Oleh sebab itu keterlibatan mahasiswa dalam politik sangat dipengaruhi. Tingkat pasrtisipasi politik mahasiswa sangat berpengaruh terhadap kehidupan politik. Pada penelitian ini mahasiswa yang terlibat yakni mahasiswa yang ada di Cirebon Jawa Barat.

Gamabaran Hasil



Gambar 1. Data Responden Asal Kampus/Universitas

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan mengunkan kuesioner dengan mengunakan alat google form, penelitian ini mendapatkan jawaban sebanyak 101 mahasiswa dengan kategori mahasiswa yang melanjutkan studi pada universitas yang ada di kota cirebon. Rincian total jumlah keseluruhan responden di tiap-tiap universitas yaitu Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati 62 orang (61,4%) , Universitas Universitas Gunung Djati 16 orang (15,8%), Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon 6 orang (5,8%), Universitas 17 Agustus Cirebon 5 orang (5%), Politeknik Pariwisata Prima Internasional 3 orang (3%), STIKES Mahardika 3 orang (3%), Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer IKMI Cirebon 2 orang (2%), dan universitas lainya 5 orang (5%). Dalam hal ini artinya jumlah sampel yang diperlukan telah melebihi batas yaitu 100 responden, dari 101 responden telah dilakukan pembersihan data dan terdapat 1 orang responden tidak memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Oleh karena itu, semula data berisi 101 responden menjadi 100 responden dalam penelitian ini.

Pengolohan data dan hasil uji penelitian dilakukan dengan mengunakan aplikasi SPSS 25 for windows, berikut penyajian datanya.

Uji Validitas (Korelasi Pearson)

Correlations

		Independen	Dependen	Total
Independen	Pearson Correlation	1	-.992**	-.989**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	100	42	100
Dependen	Pearson Correlation	-.992**	1	.988**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	42	42	42
Total	Pearson Correlation	-.989**	.988**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	100	42	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 2. Hasil uji validitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Korelasi Pearson sebesar -0.992 dengan nilai signifikan <0.001 pada masing-masing variable independen (X) dan dependen (Y). Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa hasil uji korelasi Pearson memiliki hubungan yang kuat antara variable X dan Y, serta nilai signifikan dapat diterima. Semakin mendekati -1 atau 1, maka korelasi kedua variable semakin kuat. Sebaliknya, korelasi mendekati nol menunjukkan korelasi yang semakin lemah.

Uji Reliabilitas (Alpha Cronbach)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	13

Gambar 3. Hasil uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai reliabilitanya sebesar 0.737, berarti jika melebihi dari cronbachalpha >0.6 maka dinyatakan dalam penelitian ini variable yang digunakan reliable (mempunyai hasil yang sama).

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	25.672	.409		62.780	<.001
	Independen (X)	-1.967	.040	-.992	-49.150	<.001

a. Dependent Variable: Dependen (Y)

Gambar 4. Hasil uji regresi linear sederhana

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kontanta Koefisien B sebesar 25.672 dan t sebesar 62.780, ketika semua variable independen benilai nol, nilai variable dependen (Y) akan berada di bawah nol. Koefisien B positif menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara variable independen (X) dan dependen (Y). Artinya, jika nilai variable independen (X) meningkat, maka nilai variable dependen (Y) juga akan meningkat. Misalnya, jika nilai koefisen B pada variable X sebesar -1.967 dan t sebesar -49.150 maka dapat disimpulkan bahwa variable X

berpengaruh signifikan terhadap variable Y. Variable independen bagian koefisien B dan t meskipun negatif tidak selalu menajdi masalah, tetapi perlu diperhatikan dalam konteks analisis.

Uji Hipotesis

- Hipotesis Null (H0) : menunjukkan bahawa variable independen (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen (Y). koefisien regresi β (B) = 0.
- Hipotesis Alternatif (H_1): Ada pengaruh signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Artinya, koefisien regresi β (B) ≠ 0.

Berdasarkan uji hipotesis, variable independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variable (Y). Nilai koefisien negatif (-1,967) menunjukkan bahwa pengaruhnya jika nilai X meningkat, makan nilai Y cenderung menurun.

Uji Sig F (Frekuensi)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	475.273	1	475.273	2415.714	<.001[b]
	Residual	7.870	40	.197		
	Total	483.143	41			

a. Dependent Variable: Dependen (Y)

b. Predictors: (Constant), Independen (X)

Gambar 5. Hasil uji sig F

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hasil uji frekuensi (pengujian secara simultan) jika dilihat dari paparan tabel diatas nilai Fhitung sebesar 2415.714 dengan tingkat (sig) <0.001 lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kampanye media sosial terhadap partisipasi politik mahasiswa di Kota Cirebon.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992[a]	.984	.983	.444

a. Predictors: (Constant), Independen (X)

Gambar 6. Hasil uji koefisien determinasi

Berdasarkan tabel diatas analisis data dengan regresi sederhana ditemukan koefisien determinasi adalah 0.984 atau 98.4% yang berarti variable independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variable terikat sebesar 98.4%, sedangkan sisanya sebesar 1.6% (100%-98.4%) dijelaskan oleh variable bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis regresi sederhana, variabel independen (kampanye media sosial) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (partisipasi politik mahasiswa di Kota Cirebon). Hubungan yang ditemukan adalah negatif, menunjukkan bahwa peningkatan intensitas kampanye media sosial justru dapat mengurangi tingkat partisipasi politik mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan oleh kejenuhan, sikap apatis, atau persepsi negatif terhadap konten kampanye. Nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 98,4% menunjukkan bahwa model penelitian ini sangat kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Hanya 1,6% variasi yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan

dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya untuk mendukung hasil penelitian. Berdasarkan hasil uji F dan uji t, pengaruh antara variabel independen dan dependen signifikan secara statistik, baik secara parsial maupun simultan. Ini menegaskan pentingnya kampanye media sosial dalam memengaruhi perilaku politik mahasiswa. Menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa, terutama dalam konteks pemilihan presiden. Berdasarkan penelitian yang dilakukan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi politik, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan mengorganisir kegiatan politik. Penggunaan media sosial memfasilitasi mahasiswa dalam mengakses informasi politik, berpartisipasi dalam diskusi, serta menjalin keterlibatan dalam kampanye.

Saran

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas cakupan populasi, pendekatan campuran digunakan untuk menggali lebih dalam, dan variabel tambahan seperti literasi digital dan kepercayaan terhadap media sosial sebagai faktor yang mungkin memengaruhi hubungan antara kampanye media sosial dan partisipasi politik mahasiswa. Selain itu, penelitian dapat menyelidiki jenis partisipasi politik yang lebih khusus, baik daring maupun luring, untuk menentukan jenis partisipasi politik yang paling relevan. Penelitian ini dapat memberikan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi perilaku politik. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik analisis yang lebih kompleks seperti model persamaan struktur (SEM). Hasil ini tidak hanya akan memperkaya penelitian akademis tetapi juga akan membantu pembuat kebijakan dan tim kampanye membuat strategi kampanye digital yang efektif untuk kaum muda.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulilah, puji Syukur kehadirat Alllah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya Sehingga penulis dapat Menyelesaikan Jurnal Penelitian yang berjudul Pengaruh Kampanye Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Kota Cirebon Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. Ucapan Terimaka Kasih yang sebesar-besarnya penlisi sampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak yang suah terlibat atas kesempatan yang di berikan untuk dapat menyusun proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Averus, A., & Alfina, D. (2020). Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa. Jurnal MODERAT, 6(3), 591–605.

BPS Indonesia. (2024). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun - Tabel Statistik - Badan Pusat Statistik Indonesia. In BPS Indonesia. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html

Bungin, B. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. PRENADAMEDIA GROUP.

Dwi Nur Prasetyo, T. S. E. A. M. (2018). Analisis Diksi Dan Gaya Bahasa Pada Baliho Kampanye. Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, 06(3).

Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. Junral Pendidikan Tambusai, 7(1), 1715–1718.

Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. Resolusi: Jurnal Sosial Politik, 1(1), 5–16. https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154

Hafizhuddin, M. I. (2019). Hubungan Antara Self Disclousure Melalui Status Wa Dan Kualitas Hidup Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Skrip, h. 2. http://repository.um-surabaya.ac.id/id/eprint/3715%0Ahttp://repository.um-surabaya.ac.id/3715/3/BAB_II.pdf

Hafizi, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Masyarakat tentang Politik dan Partisipasi Politik. Journal of Mandalika Social Science, 1(1), 1–4. https://doi.org/10.59613/jomss.v1i1.1

Handayani. (2016). Hubungan Selfie dengan Kecerdasan Sosial pada Mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Medan Area. 10–31.

Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 109–118. https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519

Nu'man, T. M., & Zulaifah, E. (2015). Peran Jenis dan Partisipasi Politik. Psikologika : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 8(16). https://doi.org/10.20885/psikologika.vol8.iss16.art3

Pasaribu, S., & Radikun, T. B. S. (2021). Penerapan Teori Perilaku Terencana dalam Pengambilan Keputusan Etis. Psychocentrum Review, 3(2), 164–173. https://doi.org/10.26539/pcr.32640

Permana, A. A. (2022). Pengaruh Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Mahasiswa. De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, 2(5), 200–209. https://doi.org/10.56393/decive.v2i5.1667

Press, J. (2024). 1 1 , 2. 7, 331–340.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Common, 3(1), 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Rizki Putra, T., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. Jurnal PolGov, 2(1), 193–222. https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372

Sama, H., Aguslina, A., Yully, Y., Adam, A. I., & ... (2021). Strategi Pemasaran Dan Branding Image Melalui Sosial Media Untuk Cv Barokah Utama. National Conference …, 3, 237–241. https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/5941

Sari, W. P., Putriana, M., Wihadi, A., Firdaus, M. R., Pamungkas, B. F., Reyfaldi, R. A., Sadewo, R., & Bachtera, R. A. (2024). Analisis Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024: Pendekatan Kuantitatif. Jurnal Penelitian Inovatif, 4(3), 1255–1264. https://doi.org/10.54082/jupin.512

Suharyanto, A. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat. Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, 2(2), 151–160.

Syamsudin, M. (2021). Mahir Meneliti Permasalahan Hukum. 74–75.