

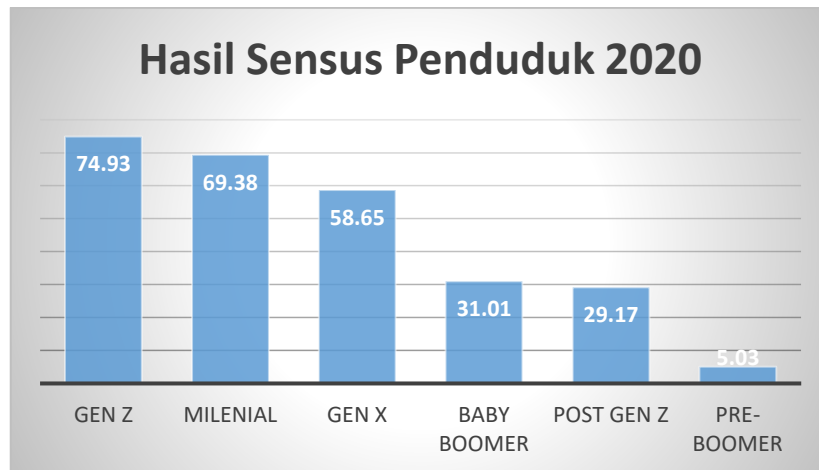
BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah bagian awal penulisan karya ilmiah yang menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan dan asumsi penelitian dan yang terakhir sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia politik. Pemilihan umum di Indonesia sebelum tahun 2024 menunjukkan dinamika baru dalam pola kampanye dan partisipasi politik masyarakat, seiring berkembangnya teknologi digital dan media sosial. Pada pemilu presiden 2014, terjadi pergeseran signifikan dari kampanye konvensional menuju kampanye digital. Media sosial seperti Facebook dan Twitter menjadi instrumen utama bagi para kandidat untuk membangun citra, menyebarkan visi-misi, serta menjangkau pemilih, terutama generasi muda. Kandidat seperti Joko Widodo dan Prabowo Subianto memanfaatkan platform tersebut untuk membangun hubungan emosional dengan publik, yang memperkuat elektabilitas mereka di mata pemilih. Memasuki Pemilu 2024, antusiasme penggunaan media sosial semakin meningkat. Berbagai bentuk konten kampanye, mulai dari video pendek, meme politik, siaran langsung, hingga kolaborasi dengan influencer, membanjiri platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter. Variasi konten ini menunjukkan bahwa konten media sosial tidak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga sebagai media persuasi yang sangat kuat dalam membentuk persepsi dan niat memilih. Media sosial kini menjadi alat strategis bagi para calon pemimpin untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja mereka kepada masyarakat. Di Indonesia, penggunaan media sosial menunjukkan tren peningkatan. Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12,35%, dari 170 juta pengguna pada tahun 2021 menjadi 191 juta pada Januari 2022 (Mahdi, 2022).



Gambar I.1 Hasil Sensus Penduduk 2020
(Rainer, 2023)

Gambar I.1 menunjukkan hasil sensus penduduk 2020 mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh generasi z. Proporsi generasi z sebanyak 27,94% dari total 270,2 juta populasi Indonesia. Fenomena ini menjadikan generasi z sebagai sasaran utama dalam kampanye politik, mengingat peran mereka yang kian dominan dalam menentukan hasil pemilu seiring dengan besarnya proporsi kelompok ini di Indonesia.

Marc Prensky membagi manusia menjadi dua kelompok, yaitu imigran digital dan generasi *digital native* (Hills, 2010). Imigran digital adalah kelompok orang yang lahir sebelum tahun 1980, karena pada masa itu mereka harus menyesuaikan diri dengan fenomena penemuan internet di beberapa negara maju (Hills, 2010). Sementara itu, *digital native* merujuk pada orang-orang yang lahir setelah tahun 1980, di mana mereka sudah terbiasa menggunakan perangkat digital berbasis internet (Hills, 2010). Generasi z, yang lahir di era digital, sangat mahir menggunakan teknologi dan media sosial, tetapi menghadapi tantangan dalam membedakan informasi yang valid dan seimbang, yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka secara kritis (Hale, 2023). Generasi *pre-boomer* dan *baby boomer* umumnya memiliki adaptasi yang lebih lambat terhadap teknologi modern dan cenderung lebih mengandalkan media tradisional seperti televisi dan surat kabar untuk mendapatkan informasi. Generasi x mulai terbuka terhadap penggunaan teknologi digital dan internet, namun masih seimbang dalam mengakses media tradisional dan digital. Generasi y atau milenial lebih akrab

dengan teknologi dan memanfaatkan internet serta media sosial sebagai sumber utama informasi dan komunikasi (Hale, 2023).



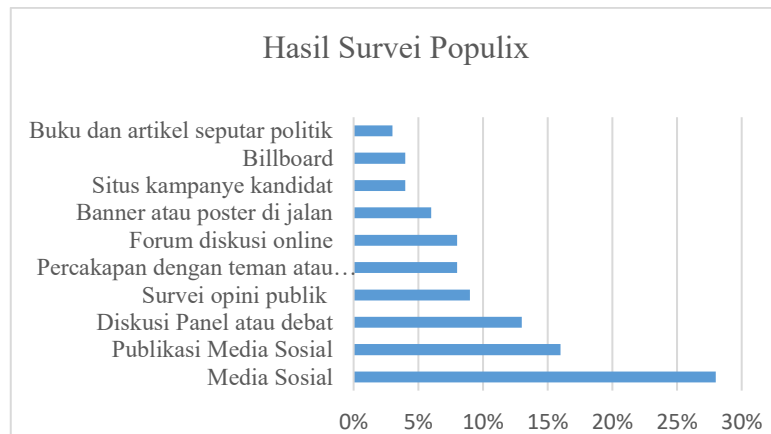
Gambar I.2 Konten Pemilu 2024
(Sanding, 2023) (Dinashafira, 2023)

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi politik yang signifikan. Calon presiden dan partai politik memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih, menyampaikan pesan kampanye, dan membangun citra publik. Gambar I.2 menunjukkan bahwa konten yang disajikan di media sosial, baik berupa video, gambar, maupun teks, dapat mempengaruhi persepsi dan sikap pemilih terhadap calon tertentu (Sanding, 2023). Generasi z kerap memanfaatkan *platform* media sosial untuk mendapatkan berita dan informasi politik, yang dapat memengaruhi pandangan dan kecenderungan mereka dalam menghadapi proses pemilihan. Maka dari itu, partai politik perlu mengadopsi metode kampanye yang segar dan relevan untuk menarik perhatian pemilih. Partai politik dapat memanfaatkan media sosial untuk mobilisasi massa dan memperkuat citra partai. Perlu diingat bahwa disrupsi juga dapat memberikan dampak negatif, seperti penyebaran berita palsu dan ujaran kebencian antar partai politik di media sosial. Oleh karena itu, partai politik perlu bijak dalam menggunakan media sosial dan memastikan dampak positif dari teknologi informasi lebih dominan daripada dampak negatifnya (Sumarni, 2023). Penggunaan media sosial sebagai alat kampanye menjadi kunci dalam menjangkau dan mempengaruhi kelompok ini. Dengan memahami preferensi dan perilaku

generasi z, partai politik dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi pemilu 2024. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana konten media sosial dapat berpengaruh terhadap niat memilih di kalangan pemilih muda ini.

Generasi z sebagai pemilih baru seringkali mengalami kebimbangan antara antusiasme dan apatisme politik (Mangngasing dkk., 2023). Tantangan komunikasi massa di era digital sangat rumit dan terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi serta perubahan perilaku publik (Hasan dkk., 2023). Selain peluang yang muncul, terdapat juga tantangan yang harus dihadapi yaitu penyebaran informasi yang cepat dan belum diverifikasi dapat menyebabkan penyebaran berita palsu, disinformasi, dan malinformasi (Hasan dkk., 2023). Pemanfaatan komunikasi yang terencana, sehingga mampu mempengaruhi pandangan dan sikap para pemilih muda (Ningtyas dkk., 2024). Gambar I.3 menunjukkan bahwa 28% anggota generasi z menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang kandidat yang akan dipilih dalam pemilihan presiden 2024. Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjadi sangat penting untuk menjangkau kelompok pemilih ini.

Generasi z memiliki peran unik sebagai pemilih pemula pada Pemilu 2019 dan kini menjadi kelompok pemilih muda yang lebih matang dan signifikan secara jumlah pada Pemilu 2024. Berbeda dengan milenial yang telah berpengalaman dalam beberapa pemilu, generasi z menawarkan dinamika perilaku politik dan penggunaan media sosial yang lebih adaptif, intens, dan khas, karena mereka cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi politik. Memadukan gen z dengan generasi milenial dalam penelitian berisiko memburukkan pola partisipasi, pengalaman, dan pengambilan keputusan politik yang berbeda, sehingga mengaburkan pemahaman mengenai perilaku pemilih muda baru. Fokus pada generasi z menghasilkan wawasan yang lebih tajam dan spesifik terhadap dampak konten media sosial dalam membentuk niat politik pemilih pemula dan muda dalam konteks pemilu terbaru di Indonesia.



Gambar I.3 Hasil Survei Populix
(Saptiyulda, 2024)

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang relevan. Penelitian pertama menggunakan *Partial Least Square* (PLS) hasilnya menunjukkan media sosial memengaruhi opini pemilih, kepercayaan, citra kandidat, dan citra partai politik, yang berdampak positif pada niat memilih (de-Oliveira dkk., 2022). Penelitian kedua menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei dengan model *Partial Least Squares* (PLS) untuk mengukur hubungan antara kualitas informasi, kepercayaan, dan loyalitas pemilih, menunjukkan bahwa kualitas informasi berperan signifikan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas yang memengaruhi niat memilih (Alim dkk., 2024). Penelitian ketiga menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengkaji pengaruh pesan politik di instagram terhadap citra partai dan niat memilih, dengan hasil bahwa desain visual dan frekuensi posting menjadi faktor dominan. Secara keseluruhan, variabel-variabel utama yang digunakan adalah citra kandidat, kepercayaan, loyalitas pemilih, kualitas informasi, desain konten, dan frekuensi interaksi di media sosial, dengan hasil yang konsisten menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan intensi memilih melalui kepercayaan, loyalitas, dan citra politik yang dibangun (Sutansah dkk., 2023).

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) yang banyak digunakan dalam penelitian yang melibatkan ukuran sampel kecil hingga menengah, terutama ketika data yang digunakan tidak memenuhi asumsi normalitas (J. F. Hair dkk., 2019). Salah satu keunggulan utama dari metode PLS adalah kemampuannya dalam mengelola model yang kompleks, yang mencakup banyak

variabel laten dan indikator (Sofyani, 2025). Sebagai metode yang berbasis pada varian, PLS lebih mengutamakan aspek prediktif serta interpretasi hubungan antar variabel laten, dengan fokus utama pada besarnya varians yang dapat dijelaskan oleh model (J. F. Hair dkk., 2019).

Dari pemaparan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana yang paling berpengaruh antara niat memilih dan konten media sosial terhadap opini pemilih, kepercayaan pemilih, citra kandidat, dan citra partai politik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi strategi kampanye politik yang lebih efektif di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah yaitu “Bagaimana pengaruh konten media sosial terhadap niat memilih presiden 2024 pada generasi z di Indonesia menggunakan metode *Partial Least Square*?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan dalam rumusan masalah. Dari rumusan masalah dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh konten media sosial terhadap niat memilih presiden 2024 pada generasi z di Indonesia menggunakan metode *Partial Least Square*.

1.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

Agar penelitian lebih terfokus pada tujuan yang ingin dicapai, maka ada beberapa batasan yang ditetapkan yaitu:

1. Penelitian ini dibatasi pada responden yang termasuk dalam generasi z (lahir antara tahun 1997-2012) di Indonesia yang menggunakan media sosial. Data diambil dari sampel yang mewakili Generasi z dengan kriteria aktif menggunakan media sosial.
2. Hasil penelitian ini menggabungkan semua jenis media sosial.
3. Periode pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2025 sampai April 2025.

4. Data diambil dengan menggunakan metode *cross-sectional*. Dalam penelitian *cross-sectional*, peneliti hanya mengamati fenomena pada satu periode pemilu 2024.
5. Penelitian ini hanya berfokus pada konten media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga manfaat yang diperoleh adalah:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih presiden dalam niat memilih presiden 2024 pada generasi z di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Faktor-faktor dari hasil penelitian niat memilih dapat digunakan partai politik dalam menyusun strategi kampanye untuk pemilu selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan penulisan dari penelitian ini mencakup beberapa elemen penting, yaitu cover, lembar pengesahan, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan isi laporan.

Bab I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang menjadi fokus penelitian, yaitu pengaruh media sosial terhadap keputusan politik generasi z. Penulis merumuskan masalah dan menetapkan tujuan penelitian, manfaat penelitian juga dijelaskan untuk akademisi maupun praktisi di bidang politik dan media. Dalam era digital saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini dan perilaku politik. Pentingnya memahami pengaruhnya terhadap generasi z sangatlah krusial untuk strategi komunikasi politik yang efektif.

Bab II: Landasan Teori

Bab ini menyajikan teori-teori yang relevan, termasuk teori perilaku pemilih, untuk memberikan konteks pada penelitian. Penulis membahas berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan hubungan antara media sosial dan perilaku politik, khususnya di kalangan generasi z. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana faktor-faktor psikologis dan sosial dapat mempengaruhi keputusan pemilih.

Dengan memahami teori-teori ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam konteks perilaku politik generasi z.

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan populasi dan sampel yang diteliti diuraikan, serta teknik pengambilan sampel yang diterapkan untuk mendapatkan data yang representatif. Penulis juga menjelaskan instrumen penelitian, termasuk kuesioner. Metodologi yang jelas dan terstruktur sangat penting untuk menjamin validitas dan reliabilitas data yang diperoleh. Menggunakan teknik analisis PLS, penelitian ini dapat mengidentifikasi hubungan yang kompleks antara variabel secara mendalam.

Bab IV: Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini penulis menjelaskan teknik pengolahan data yang dilakukan, mulai dari input hingga analisis dengan perangkat lunak statistik. Prosedur validasi dan reliabilitas data juga dibahas untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh akurat dan konsisten. Pengolahan data yang sistematis akan memastikan bahwa setiap langkah dilakukan dengan teliti, mengurangi kemungkinan kesalahan. Hasil dari proses ini akan menjadi fondasi yang kuat untuk analisis di bab berikutnya.

Bab V: Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini, penulis menyajikan hasil analisis data yang telah diolah, termasuk statistik deskriptif dan inferensial. Hasilnya penelitian diinterpretasikan dalam konteks teori yang telah dibahas di bab sebelumnya, untuk mengidentifikasi pola dan hubungan yang signifikan. Pembahasan yang mendalam akan membantu menghubungkan hasil penelitian dengan teori yang ada, memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dinamika yang terjadi. Selain itu, implikasi manajerial dari hasilnya ini akan menjadi panduan bagi para pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif.

Bab VI: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini menyimpulkan hasil penelitian dengan menegaskan hasil dan kontribusi penelitian terhadap bidang studi yang relevan. Penulis memberikan saran untuk penelitian lebih lanjut berdasarkan keterbatasan yang dihadapi dan hasilnya yang diperoleh. Kesimpulan ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga bermanfaat bagi praktisi di bidang politik.