

SEGMENTASI PEMILIH PEMULA BERDASARKAN AKSES BERITA POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL DI KABUPATEN BOGOR

Roni Jayawinangun, Universitas Pakuan (winangun.roni@gmail.com)
David Rizar Nugroho, Universitas Pakuan (davidrizarnugroho@gmail.com)

ABSTRAK

Partisipasi politik adalah suatu masalah penting karena merupakan salah satu bentuk dukungan yang datang dari berbagai pihak atau golongan. Partisipasi politik tidak terlepas dari media sebagai sarana informasi bagi masyarakat. Pemilih pemula merupakan salah satu bagian dari masyarakat yang suaranya diperlukan dalam proses politik. Pemilih pemula dengan media merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan khususnya penggunaan media sosial. Tujuan penelitian terdiri dari beberapa hal yaitu: 1). Mengetahui karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor; 2). Mengetahui penggunaan media sosial dalam mengakses berita politik pada pemilih pemula; 3). Menganalisis Tipologi politik pemilih pemula; 4). Menganalisis segmentasi tipologi pemilih pemula berdasarkan akses berita politik pada media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei dan pengumpulan data menggunakan kuesioner pada 105 responden. Metode sampling menggunakan quota sampling sedangkan analisis data menggunakan analisis deskriptif, skor rata-rata dan CHAID. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor didominasi wanita, pendidikan SLTA, tidak berpartisipasi pada organisasi. Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan sebagai akses berita politik. Tipologi pemilih pemula dari persentase yang paling besar adalah pemilih apatis diikuti oleh pemilih naif, teralienasi dan setia, media, semakin banyak akses berita melalui media sosial mendorong pemilih menjadi setia, tanpa mengakses politik melalui media sosial membuat pemilih menjadi apatis.

Kata Kunci: *Media Sosial, Pemilih Pemula, Pemilu.*

1. PENDAHULUAN

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu pilar demokrasi untuk menyelaraskan kebijakan pemerintah serta pembangunan berdasarkan kehendak rakyat, sebagai pemilik kedaulatan. Disahkannya Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang merupakan revisi dari Undang-undang No. 22 Tahun 1999, telah mengubah tata cara pemilihan kepala daerah. Kepala daerah yang sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Ketentuan ini tertuang dalam pasal 56 ayat 1 undang-undang tersebut yaitu, 'Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil'. Pemilu dengan partisipasi tidak dapat dipisahkan, karena salah satu indikator keberhasilan dari Pemilu adalah tingkat partisipasi masyarakat.

Partisipasi politik yang menarik untuk dijadikan kajian adalah partisipasi politik para pemilih pemula, karena pemilih pemula adalah kalangan yang baru memasuki dunia politik sehingga informasi tentang politik masih minim. Pada Pemilu 2014, diketahui bahwa 63% dari pemilih tinggal di Pulau Jawa, dimana 19,7 juta diantaranya adalah pemilih pemula dengan rentang usia 17-21 tahun dan 57% diantaranya adalah pemilih muda yang akrab dengan penggunaan media (Perangin-angin dan Zainal, 2018). Jika dilihat pemaparan dari Komisioner KPU Jabar Divisi SDM dan Hubungan Partisipasi Masyarakat jumlah pemilih pemula diperkirakan kuantitas di Jawa Barat mencapai 30%²⁸. Besarnya potensi pemilih pemula merupakan tantangan tersendiri bagi penyelenggara pemilu yaitu KPU untuk senantiasa menginformasikan berita politik untuk mendorong kelompok ini terlibat dalam pemilihan.

Pemilih pemula tidak dapat dipisahkan dari media baru, khususnya media sosial. Salah satu yang menjadi faktor pendorong dalam partisipasi politik adalah penggunaan media berdasarkan penelitian Saldana, McGregor, and Zuniga, (2015). Penggunaan media yang marak saat ini adalah

²⁸ Feby Chandra. 2018. Pemilih Muda Dituntut Bertanggungjawab. Tersedia <http://jabar.kpu.go.id/2018/04/pemilih-muda-dituntut-bertanggungjawab/>. Diakses pada 11 september 2018

media baru, yaitu internet. Lembaga survei Gallup (2012) dalam salah satu laporannya menyebutkan bahwa satu dari lima orang di Indonesia (20.6%) menggunakan internet dalam kehidupan mereka, dan dewasa ini, lebih dari setengah (51%) penduduk muda Indonesia yang berusia antara 15-24 tahun telah menggunakan internet dalam aktivitas mereka. Sebagian besar penduduk muda ini (96.2%) adalah pengguna media sosial. Hasil survey globalwebindex dikutip dari katadata.co.id pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform media jejaring sosial yang paling besar adalah Youtube dengan persentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat ke dua Facebook dengan persentase penggunaan sebesar 41%, kemudian instagram dengan persentase penggunaan sebesar 38%²⁹. Begitu eratnya pemilih pemula dengan media sosial maka menarik untuk membagi / segmentasi pemilih pemula ini berdasarkan tipologi pemilih berdasarkan ketertarikan terhadap politik dan kepercayaan politik.

Menurut Lehmann dan Eherler (2000), salah satu metode dependensi yang sering digunakan dalam segmentasi pasar adalah analisis CHAID (Chi-Squared Automatic Interaction Detection analysis). Dalam penelitian ini, analisis CHAID digunakan untuk menentukan segmentasi pemilih pemula di Kabupaten Bogor. Tujuan dari segmentasi ini adalah mengidentifikasi segmen berdasarkan tipologi pemilih berdasarkan ketertarikan terhadap politik dan kepercayaan politik serta akses berita politik di Media Sosial.

Kabupaten Bogor adalah salah satu Daerah yang melakukan pemilihan pemilihan kepala daerah Tahun 2018, selain itu Kabupaten Bogor adalah Kabupaten dengan jumlah penduduk terbesar di Jawa Barat. Menjadi hal yang menarik untuk mengetahui segmentasi pemilih pemula berdasarkan akses media sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Pemerintah, dalam hal ini adalah KPU sebagai input atau masukan untuk sosialisasi dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula dan bagi Peneliti untuk memahami tipologi dan dampak dari akses berita politik melalui media sosial pada pemilih pemula.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sumber-sumber Informasi

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan informasi sebagai keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun non-elektronik. Dengan demikian pemahaman tentang informasi politik mengacu pada definisi tersebut dengan menekankan pada konten politik.

Menurut Severin & Tankard (2011:75) Teori informasi bersifat heuristik, dalam arti ia membimbing kita menuju fakta dan metode baru dan tidak dikenali sebelumnya. Teori informasi cukup umum untuk mengorganisir material jumlah yang besar, yang sebagian besar bersifat strategis atau penting bagi periset komunikasi. Menurut Hapsari (2012:11), media komunikasi yang dimaksud dapat dikategorikan dalam dua bagian, yakni media umum dan media massa. Media umum ialah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, contoh telepon, *handphone*, telegram, OHP, LCD proyektor, dan sebagainya.

Informasi merupakan sistem yang terintegrasi dari hasil pengolahan stimulus dengan pengetahuan untuk dapat dimengerti manusia. Meskipun tidak semua informasi dapat dikomunikasikan menjadi pesan, namun transfer informasi memiliki peran penting dalam penelitian komunikasi politik di mana masyarakat memperoleh informasi dari berbagai sumber baik media massa, media sosial (*new media*) maupun media antarpribadi yang berasal dari komunikasi tatap muka secara langsung (komunikasi antarpribadi). Dalam hubungannya dengan informasi politik yang dapat diterima oleh khalayak tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pemilu, sumber informasi

²⁹ Katadata.2018. Media yang paling sering digunakan di Indonesia. Tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>. Diakses pada Tanggal 11 September 2018.

memiliki peran penting. Sumber informasi yang berasal dari media massa dan media sosial menyebarkan informasi secara massif dan cepat. Sementara, sumber informasi interpersonal mengandalkan komunikasi antarpribadi, meskipun kecepatan jangkauannya lebih lambat namun kekuatan informasi yang disampaikan pada komunikasi antarpribadi jauh lebih kuat. Banyak fakta mengungkapkan bahwa informasi interpersonal lebih memiliki pengaruh yang lebih kuat pada masyarakat umum terutama pada isu-isu tertentu yang membuat masyarakat menjadi terancam (Martha, 2015).

Media Sosial

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya antar para pengguna (*users*). Para pengguna media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan kerja. Keberadaan media sosial, memudahkan komunikasi manusia. Manfaat yang dirasakan masyarakat yaitu kemudahan berkomunikasi dengan orang lain. Kaplan dan Haenlein (2010) membuat klasifikasi untuk berbagai jenis medsos yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Proyek kolaborasi *website*, dimana *users* diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti Wikipedia.
2. Blog dan *microblog* dimana *users* mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog tersebut, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.
3. Konten atau isi, dimana para *users* di *website* saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar dan Youtube.
4. Situs jejaring sosial, dimana *users* memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.
5. *Virtual game world*, dimana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain, seperti online game.
6. *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

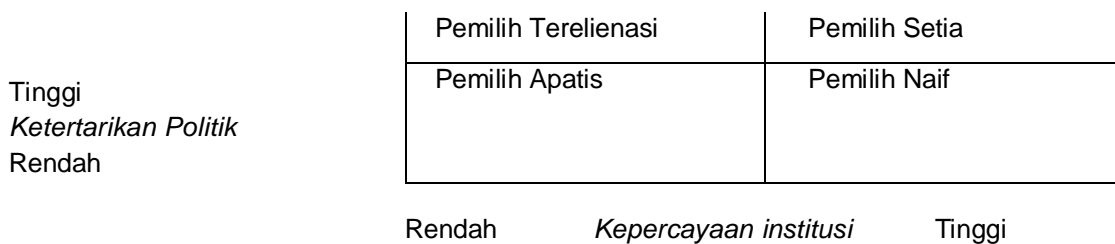
Tipologi Pemilih

Dalam memilih sebuah partai politik maupun kontestan, pemilih memiliki perilaku dalam mengambil keputusan untuk menentukan pilihannya. Menurut Firmanzah (2012) pada kenyataannya pemilih adalah dimensi yang sangat kompleks. Terkadang perilaku pemilih ini rasional dan non-rasional dalam menentukan keputusannya. Perilaku pemilih yang terkadang rasional dan non rasional menjadikan pemilih memiliki karakter yang berbeda pada setiap pemilih. Selain itu pandangan pemilih dalam menentukan pilihan terhadap partai politik dan kontestan menjadikan karakter yang membedakan pada setiap pemilih. Sehingga pemilih memiliki peran yang berbeda-beda pula pada pemilihan umum. Firmanzah menambahkan bahwa dalam diri masing-masing pemilih terdapat dua orientasi sekaligus yaitu; (1) orientasi '*policy-problemsolving*', dan (2) orientasi '*ideologi*'. Ketika pemilih menilai partai politik atau seorang kontestan dari kacamata '*policy-problem solving*', yang terpenting bagi mereka adalah sejauh mana para kontestan mampu menawarkan program kerja atas solusi bagi suatu permasalahan yang ada. Pemilih akan cenderung secara objektif memilih partai politik atau kontestan yang memiliki kepekaan terhadap masalah nasional dan kejelasan program kerja. Partai politik atau kontestan yang arah kebijakannya tidak jelas akan cenderung tidak dipilih. Sementara pemilih yang lebih mementingkan ikatan '*ideology*' suatu partai atau kontestan, akan lebih menekankan aspek-aspek subjektifitas seperti kedekatan nilai, budaya, agama, moralitas, norma, emosi dan psikografis. Semakin dekat kesamaan partai politik atau calon kontestan, pemilih jenis ini akan cenderung memberikan suaranya kepartai dan kontestan tersebut.

Mengacu pada rilis survei indikator Tahun 2013 yang menggunakan tipologi berdasarkan Seligson, yaitu menggunakan kepercayaan terhadap institusi politik dan efikasi yang menjadi dasar

dalam penentuan tipologi pemilih. Kombinasi antara kepercayaan pada institusi politik dan efikasi politik (*political efficacy*) menghasilkan empat jenis pemilih, yaitu:

1. Pemilih yang setia, yaitu pemilih yang terlibat aktif secara politik, punya efikasi tinggi dan percaya terhadap institusi politik.
2. Pemilih yang teralienasi yaitu pemilih yang memiliki efikasi politik, mempunyai *political interest* tinggi tapi kepercayaan terhadap institusi politik tidak sesuai dengan yang di harapkan.
3. Pemilih yang naif, yaitu pemilih yang tidak terlibat aktif, tidak memiliki efikasi, tidak memiliki ketertarikan politik tapi percaya begitu saja terhadap institusi - institusi politik.
4. Pemilih yang apatis adalah pemilih yang mempunyai efikasi politik dan ketertarikan yang rendah serta memiliki rasa kepercayaan terhadap institusi politik yang rendah.



Gambar 1 Konfigurasi Pemilih

3. METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di enam daerah pemilihan (dapil) Kabupaten Bogor yang meliputi 40 Kecamatan yaitu Dapil 1 yang terdiri dari lima Kecamatan, Dapil 2 terdiri dari enam Kecamatan, Dapil 3 terdiri dari 7 Kecamatan, Dapil 4 terdiri dari enam Kecamatan, Dapil 5 terdiri dari Sembilan Kecamatan dan Dapil 6 terdiri dari 7 tujuh Kecamatan. Waktu penelitian ini selama 6 bulan.

Desain Penelitian

Penelitian ini rencananya akan dilaksanakan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan survai bersifat deskriptif untuk menjelaskan bagaimana karakteristik, penggunaan media sosial pemilih pemula di Kabupaten Bogor, serta untuk mengelompokan pemilih kedalam tiplogi pemilih dengan menggunakan CHAID.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah 30 persen dari total pemilih yang terdaftar di KPUD Kabupaten Bogor pada Pilkada Serentak Tahun 2018 yaitu sebanyak 988.448 orang.

Sampel Penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah laki-laki yang sudah memiliki hak pilih sesuai aturan yang berlaku yaitu Warga Negara Indonesia, usia terendah 17 tahun sampai 21 tahun atau sudah kawin, dan terdaftar sebagai pemilih di Kabupaten Bogor.

Data dan Instrumentasi

Data

Data yang digali dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden secara langsung dan juga wawancara singkat. Data sekunder yang akan digunakan dari dokumen–dokumen dari instansi seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) baik tingkat pusat maupun Kabupaten, Badan Pusat Statistika, literature dan hasil penelitian yang relevan terhadap penelitian ini.

Instrumentasi

Instrumen adalah alat bantu yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang merupakan susunan pertanyaan/ Pernyataan yang akan diwawancarai langsung responden. Dasar jawaban responden adalah pertanyaan yang diajukan atau alternatif jawaban yang sudah tersedia dalam kuesioner. Pengembangan pertanyaan pertanyaan dari kuesioner yang telah ada dilakukan untuk melengkapi hasil wawancara.

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan *quota sampling* berdasarkan wilayah Daerah Pemilihan. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin dengan tingkat *error* sebesar 10 persen dan jumlah populasi sebesar 988.448 orang maka didapatkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden dan akan ditambahkan menjadi 105 responden. Pembagian responden berdasarkan wilayah dapat dilihat pada

Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pembagian Responden Berdasarkan Wilayah

DAPIL	Jumlah Pemilih (Orang)	Porsi (%)	Jumlah Responden (Orang)
BOGOR 1	174.104	17,6%	18
BOGOR 2	167.926	17,0%	18
BOGOR 3	147.804	15,0%	16
BOGOR 4	154.172	15,6%	16
BOGOR 5	182.720	18,5%	19
BOGOR 6	161.721	16,4%	17
TOTAL	988.448	100,0%	105

Sumber: KPU Kabupaten Bogor, 2018

4. ANALISIS DATA

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini rencananya akan diolah dan dianalisis dengan prosedur sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu keadaan atau gejala tertentu. Analisis deskriptif terdiri dari dua tahap, yaitu (1) Melakukan tabulasi data mengenai responden dan penggunaan media sosial responden, (2) Menginterpretasikan data hasil tabulasi. Analisis deskriptif ini digunakan dalam menggambarkan karakteristik responden, dan penggunaan media sosial dalam mengakses berita politik

2. Analisis Skor Rataan

Skor rata-rata digunakan untuk mengelompokkan jawaban responden terhadap masing-masing kriteria menggunakan skala likert dengan lima tingkatan. Pertimbangan digunakannya skala likert dengan lima tingkatan adalah memberikan gambaran kepada peneliti mengenai sikap responden terhadap pertanyaan dan memudahkan responden dalam menentukan pilihan jawaban terkait setuju atau tidak terhadap pertanyaan. Dalam skala ini responden diminta mengisi pendapatnya mengenai pernyataan/pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Hasilnya dikuantitatifkan ke dalam

bentuk skor rata-rata dari masing-masing responden untuk mengelompokkan atau segmentasi pemilih pemula

3. Analisis CHAID

Analisis CHAID digunakan untuk melakukan segmentasi. Segmentasi biasanya dilakukan pada bidang pemasaran untuk melihat peta pasar produk di mata konsume. Prinsip yang sama digunakan pada penelitian ini. Produk dianalogikan dengan tipologi pemilih berdasarkan ketertarikan politik dan kepercayaan terhadap insitusi politik dan akses politik melalui media sosial.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pemilih Pemula

Karakteristik pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, partisipasi organisasi, dan aktivitas. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 62,9% dan sisanya adalah laki-laki dengan persentase sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih terbuka dan bersedia untuk diminta keterangan terkait dengan partisipasi politik dibandingkan laki-laki, selain itu berdasarkan hasil pemilu serentak tahun 2018 diketahui secara umum di Provinsi Jawa Barat dan Kabupaten Bogor tingkat partisipasi wanita lebih besar dibandingkan laki-laki.

Jika dilihat berdasarkan usia, diketahui bahwa persentase terbesar adalah usia 20 tahun dengan persentase sebesar 40 persen, diikuti usia 21 dan 19 sebesar 20 persen. Berdasarkan pendidikan, maka diketahui bahwa responden didominasi pendidikan terakhir SLTA sebesar 83,8%, diikuti SLTP sebesar 11,4% dan sisanya adalah SD sebesar 3,8% dan Sarjana sebesar 1%. Berdasarkan partisipasi organisasi diketahui bahwa sebagian besar responden tidak berpartisipasi pada organisasi apapun yaitu sebesar 61%, sedangkan sisanya sebesar 39% pernah atau masih terlibat dalam organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemilih pemula di Kabupaten Bogor tidak terlalu aktif dalam partisipasi dalam kelembagaan atau organisasi. Berdasarkan aktivitas, diketahui sebagian besar adalah pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 83,8 persen. Hal ini dikarenakan memang aktivitas utama dari pemilih pemula adalah belajar. Sebaran karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

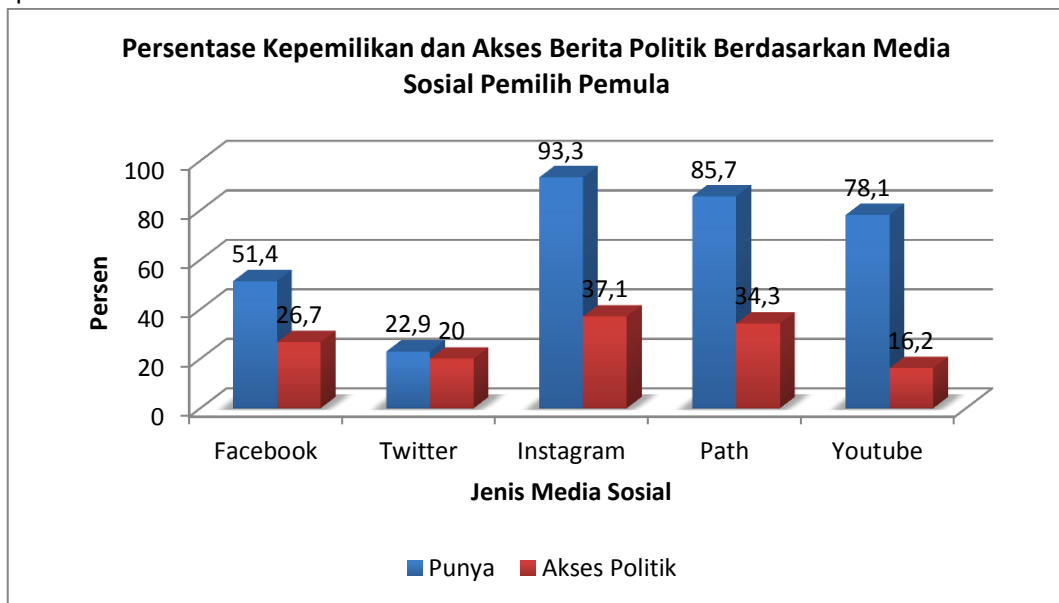
Tabel 2. Sebaran Karakteristik Responden

Karakteristik	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	37,1
	Perempuan	66	62,9
Usia	17	14	13,3
	18	7	6,7
	19	21	20
	20	42	40
	21	21	20
Pendidikan	SD	4	3,8
	SLTP	12	11,4
	SLTA	88	83,8
	Sarjana	1	1
Partisipasi Organisasi	Berpartisipasi	41	39
	Tidak Berpartisipasi	64	61
Aktivitas	Pelajar atau mahasiswa	88	83,8
	Bekerja	9	8,6
	Menganggur	8	7,6

Penggunaan Media Sosial dalam mengakses Berita Politik Pada Pemilih Pemula

Media sosial dalam konteks penelitian ini adalah jejaring sosial yang dipakai dalam mengakses

berita politik meliputi jenis media sosial dan akses berita dalam mencari informasi terkait berita dan perkembangan politik. Persentase kepemilikan dan akses berita politik melalui media sosial dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2 Persentase Kepemilikan dan Akses Berita Politik Melalui Media Sosial Pemilih Pemula

Berdasarkan Gambar 2, diketahui kepemilikan paling besar adalah instagram sebesar 93,3%, diikuti path sebesar 85,7%, Youtube 78,1%, Facebook 51,4% dan twitter sebesar 22,9%. Jika dilihat berdasarkan keaktifan mengakses berita politik, diketahui bahwa instagram adalah yang paling besar dengan persentase sebesar 37,11 persen, diikuti path (34,3%), facebook (26,7%) dan twitter (20%). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial belum dapat mempengaruhi ketertarikan pemilih pemula terhadap dunia politik, seperti hasil penelitian CSIS (2017) yang menyebutkan bahwa pengaruh generasi milenial dalam aspek politik dan ekonomi belum terlalu kuat, namun bila informasi di media sosial semakin dapat dipercaya, akan membentuk generasi yang lebih kuat.

Tipologi dan Pemilih Pemula di Kabupaten Bogor

Tipologi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu kepercayaan terhadap institusi politik dan efikasi yang menghasilkan empat jenis pemilih, yaitu pemilih apatis, pemilih naif, pemilih terelinasi dan pemilih setia menurut Seligson (1980). Hasil tipologi pemilih pemula dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.

Tinggi <i>Ketertarikan Politik</i> Rendah	Pemilih Teralienasi (14,3%)	Pemilih Setia (13,3%)
	Pemilih Apatis (52,4%)	Pemilih Naif (20,0%)

Rendah *Kepercayaan Institusi* Tinggi

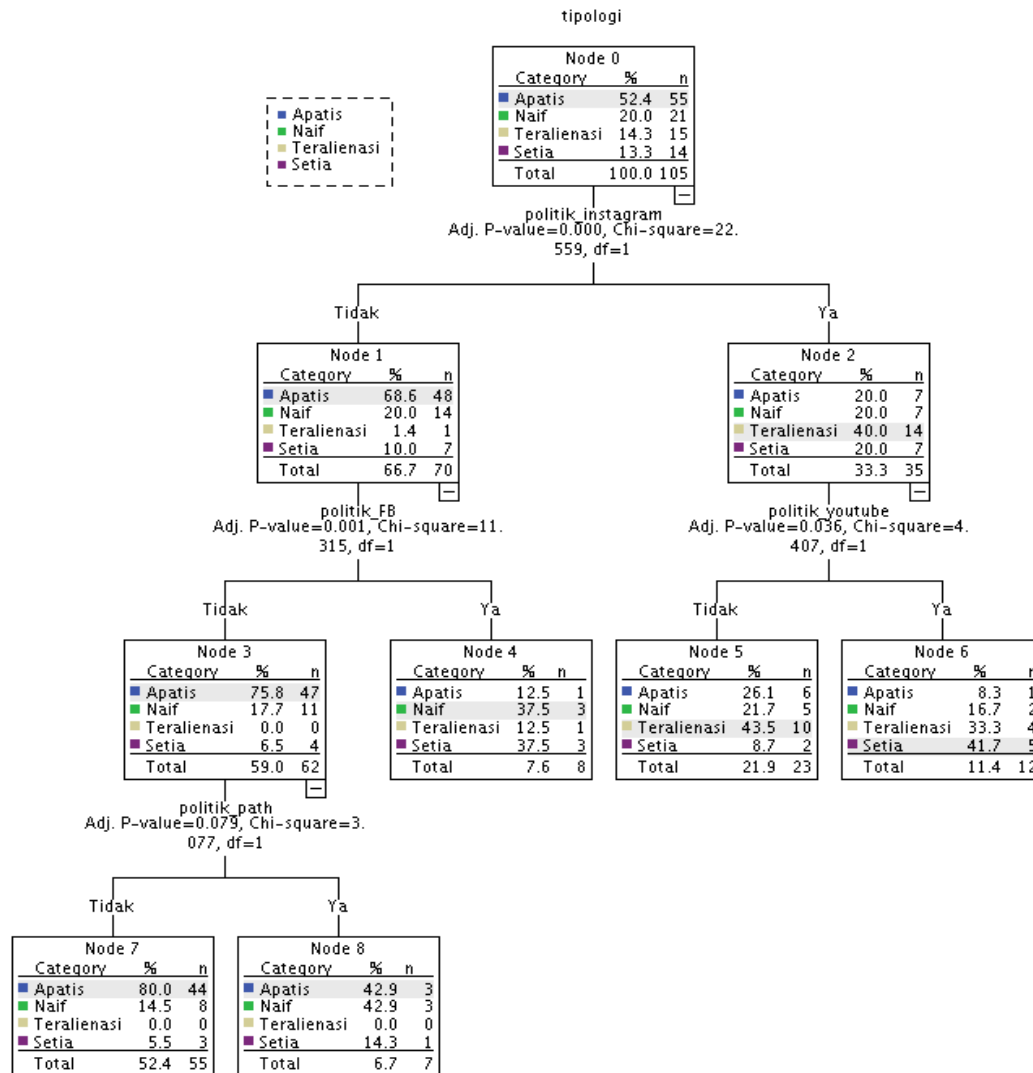
Gambar 3. Konfigurasi Tipologi Pemilih Pemula Kabupaten Bogor

Berdasarkan Gambar 3, diketahui bahwa pemilih pemula di Kabupaten Bogor merupakan pemilih apatis dengan persentase sebesar 52,4%, diikuti oleh pemilih naif sebesar 20%, pemilih teralienasi sebesar 14,3% dan pemilih setia sebesar 13,3%. Urutan ini sesuai dengan survei lembaga politik indikator Tahun 2013 yang menyebutkan bahwa pemilih apatis sebesar 41,5%, diikuti pemilih naif (28,3%), pemilih setia (17%) dan pemilih terelinasi (13,2%). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari *Alvara research center* tahun 2018 yang menyebutkan bahwa salah satu perilaku milenial

Indonesia adalah cuek dengan politik (Ali, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pemilih pemula di Kabupaten Bogor yang melihat pemilu sebagai sesuatu tidak menarik.

Tipologi dan Akses Berita Politik Melalui Media Sosial Pemilih Pemula

Berdasarkan hasil analisis CHAID, diketahui bahwa tipologi dapat diklasifikasikan menjadi 5 (lima) kelompok berdasarkan akses berita politik melalui media sosial. Dari lima platform media sosial, hanya empat platform penjelas yang berpengaruh terhadap tipologi pemilih yaitu instagram, facebook, youtube dan path. Diagram pohon dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Pohon Tipologi Pemilih Pemula Kabupaten Bogor

Berdasarkan hasil analisis CHAID pada Gambar 3, diketahui bahwa pemilih dapat diklasifikasikan menjadi lima kelompok yaitu:

Tabel 3. Pengklasifikasian Berdasarkan Diagram Pohon CHAID

Klasifikasi	Node	Keterangan
1	1, 3 dan 7	Tipologi apatis yaitu pemilih yang tidak mengakses berita politik melalui media sosial
2	1, 3 dan 7	Tipologi apatis yaitu pemilih yang mengakses berita politik

	8	melalui path
3	1 dan 4	Tipologi naif yaitu pemilih yang mengakses berita politik melalui facebook
4	2 dan 5	Tipologi teralienasi yaitu pemilih yang mengakses berita politik melalui instagram
5	2 dan 6	Tipologi setia yaitu pemilih yang mengakses berita politik melalui instagram dan youtube

Dari Tabel 3, dapat diketahui bahwa kelompok 1 dan 2 adalah tipologi pemilih pemula yang apatis yaitu pemilih yang tidak mengakses berita politik melalui media sosial apapun dan hanya menggunakan path, hal ini dikarenakan sifat tertutup media sosial path sehingga informasi yang diberikan terbatas. Kelompok 3 adalah kelompok pemilih pemula naif yaitu pemilih yang mengakses berita politik hanya melalui media sosial facebook. Kelompok 4 adalah kelompok tipologi teralienasi yaitu pemilih yang mengakses berita politik menggunakan instagram, hal ini dikarenakan instagram merupakan platform media sosial yang paling sering digunakan oleh pemilih pemula dan juga banyaknya informasi yang disajikan. Kelompok 5 adalah tipologi pemilih setia, yaitu pemilih yang mengakses berita politik melalui platform media sosial instagram dan youtube, hal ini menunjukkan semakin banyak platform yang digunakan dapat mendorong pemilih menjadi setia. Keakuratan dari prediksi ini dengan menggunakan *risk* yang digunakan untuk menuguji kebaikan model. Estimasi menunjukkan nilai 0.381 atau risiko sebesar 38,1%, hal ini memiliki arti bahwa model akan salah memprediksi atau salah mengklasifikasi tipologi pemilih sebesar 38,1%.

Tabel 4. Output risk

Risk	
Estimate	Std. Error
.381	.047

Growing Method: CHAID

Dependent Variable: tipologi

Berdasarkan hasil tersebut maka diketahui bahwa mengakses berita politik lebih dari satu platform media sosial yaitu melalui instagram dan youtube dapat mendorong pemilih muda menjadi setia, sedangkan tanpa mengakses berita politik dari media sosial akan mendorong pemilih pemula menjadi pemilih apatis. Kelompok pemilih pemula yang apatis yaitu pemilih yang hanya mengakses berita politik dari satu platform (facebook dan instagram) tanpa diperkuat/validasi informasi dari platform media sosial yang lain dapat mendorong pemilih pemula menjadi naif dan teralienasi.

6. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini meliputi:

1. Karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor didominasi jenis kelamin wanita, dengan pendidikan SLTA, tidak berpartisipasi pada organisasi dan mempunyai aktivitas sebagai pelajar atau mahasiswa.
2. Penggunaan media social dalam mengakses berita politik pada pemilih pemula di Kabupaten Bogor diketahui bahwa instagram adalah yang paling besar dengan persentase diikuti path, facebook, Twitter dan youtube.
3. Tipologi pemilih pemula di Kabupaten Bogor dari persentase yang paling besar adalah pemilih apatis diikuti oleh pemilih naif, pemilih setia dan pemilih teralienasi.
4. Segmentasi tipologi pemilih pemula berdasarkan akses berita politik melalui media sosial di Kabupaten Bogor diketahui mengakses berita politik lebih dari satu platform media sosial yaitu melalui instagram dan youtube dapat mendorong pemilih muda menjadi setia, sedangkan tanpa mengakses berita politik dari media sosial akan mendorong pemilih pemula menjadi pemilih apatis. Kelompok pemilih pemula yang apatis yaitu pemilih yang hanya mengakses berita politik dari satu platform (facebook dan instagram) tanpa diperkuat/validasi informasi dari platform

media sosial yang lain dapat mendorong pemilih pemula menjadi naif dan teralienasi

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. 2018. 9 Perilaku Milenial Indonesia. [pdf document]. Diakses dari http://www.academia.edu/35915408/MEMAHAMI_MILENIAL_INDONESIA_by_Alvara_Research_Center tanggal akses 12 September 2018
- Chandra, F. 2018. Pemilih Muda Dituntut Bertanggungjawab. Tersedia <http://jabar.kpu.go.id/2018/04/pemilih-muda-dituntut-bertanggungjawab/>. Diakses pada 11 september 2018
- CSIS. 2017. Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik. [pdf document]. Diakses dari https://www.csis.or.id/uploaded_file/event/ada_apa_dengan_milenial_paparan_survei_nasional_csis_mengenai_orientasi_ekonomi_sosial_dan_politik_generasi_milenial_indonesia_notulen.pdf tanggal akses 21 September 2018
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Gallup. 2012. Media Use in Indonesia 2012. Broadcasting Board of Governor [PDF document]. Retrieved from <http://www.bbg.gov/wp-content/media/2012/10/gallup-indonesia-brief.pdf>
- Hapsari, Dwi R. 2012. Pemanfaatan informasi oleh petani sayuran (Kasus di Desa Ciaruteun Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor) [tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana IPB.
- Indikator Politik Indonesia. 2013. Internet, Apatisme, dan Alienasi Politik Temuan Survei Nasional. Survei Nasional Juni 2013.
- Komisi Pemilihan Umum. 2018. Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak Tahun 2018. [serial online]. tersedia di <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/JAWA%20BARAT> diakses tanggal 11 September 2018.
- Martha, Layung P. 2015. Hubungan Penggunaan Sumber Informasi Kampanye dan Partisipasi Politik (Kasus Pilpres 2014 di Kecamatan Cibinong Bogor) [tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana IPB.
- Perangin-angin, LLK & Zainal, M. 2018. Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal Aspikom* Vol 3 No. 4 hal 737-754.
- Kaplan, AM., Haenlein, M. 2010. *User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Majalah Business Horizons: hal: 69-68
- Katadata. 2018. Media yang paling sering digunakan di Indonesia. Tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>. Diakses pada Tanggal 11 September 2018.
- Lehmann, T. dan Eherler, D. 2001. Responder Profiling with CHAID and Dependency Analysis. www.informatik.uni-freiburg.de/~ml/ecmlpkdd/WS-Proceedings/w10/lehmann.pdf. Diakses tanggal 11 September 2018.
- Saldana M., Shan non, C. M., & Homero, G. D. Z. 2015. Social Media as a Public Space for Politics: Cross - National Comparison of News Consumption and Participatory Behaviors in the United State and the United Kingdom. *International Journal of Communication* 9 (2015). 3304 - 3 326
- Severin WJ, Tankard Jr JW. 2011. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa)*. Jakarta [ID]: Kencana Prenada Media Group.
- Seligson MA. 1980. Trust, Efficacy and Modes of Political Participation: A Study of Costa Rican Peasants [disertasi]. Cambridge (UK) : Cambridge Universty.