

BAB II

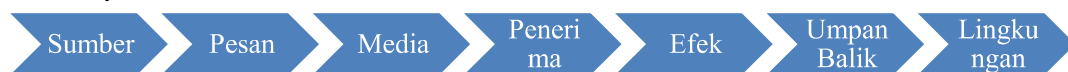
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Komunikasi Politik

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Para ahli komunikasi mendefinisikan proses komunikasi sebagai "mengetahui apa yang ingin disampaikan dan mengetahui bagaimana cara menyampaikan pesannya agar dapat meresap dengan mendalam ke dalam pikiran audiensnya." Definisi ini menunjukkan bahwa komunikator selalu berusaha mencapai keberhasilan sebesar mungkin dalam menyampaikan pesan dengan cara yang paling efektif. Artinya, komunikasi berasal dari niat komunikator untuk menyampaikan pesan dengan segala upaya, bahkan mungkin dengan strategi agar pesan tersebut diterima, dimengerti, dan diresapi oleh penerima melalui sistem saraf, dan sensasi inilah yang dikenal sebagai persepsi. Menurut Mulyana (2001) Komunikasi dapat memungkinkan komunikator untuk mengekspresikan dan mendukung identitas seorang komunikator maupun subjek, menjalin kontak sosial dengan orang sekeliling dan memahami bagaimana perasaan, dan pemikiran untuk mempengaruhi orang dengan berlaku dengan cara tertentu. Menurut Aristoteles (385-322 SM), komunikasi didefinisikan dengan fokus pada pertanyaan "siapa yang mengatakan apa kepada siapa." Sementara itu, Harold Lasswell (1948) memperluas konsep komunikasi dengan menekankan aspek lebih lanjut, yaitu "siapa yang mengatakan apa, melalui dengan apa, kepada siapa, dan apa akibatnya."



Gambar 2. 1 Unsur-Unsur Komunikasi

Pada gambar diatas merupakan unsur-unsur komunikasi atau yang sering disebut dengan elemen maupun komponen dari sebuah komunikasi. Hal ini diperlukan demi terjadinya proses komunikasi yang berhasil. Pada unsur pertama adanya unsur Sumber (Komunikator) yang dapat diistilahkan menjadi encoder, source maupun sender. Pesan (Message) ialah sebuah hal yang disampaikan bisa secara langsung maupun menggunakan mediator. Media (Channel) adalah wadah demi terjadinya perpindahan pesan atau dapat diartikan sebagai kendaraan yang menuju ketempat tujuan.

Penerima (Receiver) ialah sasaran dari bidikan proses komunikasi itu sendiri, Efek dapat diartikan sebagai kendala yang ditimbulkan oleh kedua belah pihak dapat berupa sikap maupun Tindakan, Feedback merupakan balasan maupun tanggapan yang dikembalikan kepada komunikator, dan terakhir ialah lingkungan yaitu sebuah aspek yang menghasut lancarnya komunikasi tersebut. Peran yang sangat krusial dari ketujuh unsur komunikasi ini terletak dalam pembangunan proses komunikasi yang sukses dan efektif. Ketidakberlanjutan atau absennya salah satu unsur tersebut dapat mengakibatkan ketidakberhasilan dalam jalannya proses komunikasi.

Seiler (2007) menyampaikan bahwa ada empat prinsip dasar dalam berkomunikasi. Pertama, komunikasi dianggap sebagai suatu proses yang bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan kenyataan. Kedua, komunikasi dianggap sebagai sistem yang terdiri dari beberapa komponen dengan tugas masing-masing yang saling terkait. Ketiga, komunikasi bersifat interaksi dan transaksi, menunjukkan adanya proses saling pertukaran dalam komunikasi. Terakhir, komunikasi dapat terjadi secara disengaja atau tidak disengaja. Komunikasi disengaja terjadi ketika pesan dengan maksud tertentu dikirimkan kepada penerima yang dituju, sedangkan komunikasi tidak disengaja dapat diterima oleh seseorang secara tidak sengaja.

Komunikasi pun memiliki beberapa dimensi antara lain sebagai : (1) Sebagai suatu proses: Unsur-unsur dalam komunikasi bergerak secara aktif.

dinamis, dan tidak berlangsung secara statis. (2) Sebagai suatu simbolik: Pernyataan dibentuk dalam bentuk simbol, baik untuk memenuhi kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain. (3) Sebagai sebuah aksi: Komunikasi melibatkan tindakan yang dilakukan oleh individu, baik melalui ucapan, tulisan, atau isyarat. Ini mencakup aksi-interaksi dan transaksi. (4) Sebagai suatu sistem: Semua unsur komunikasi bekerja secara seimbang, berurutan, adaptif, menyeluruh, mengendalikan dirinya sendiri, dan saling terkait satu sama lain.

Meriam Budardjo mendefinisikan ilmu politik sebagai disiplin ilmu yang meneliti perpolitikan. Politik diartikan sebagai upaya untuk mencapai kehidupan yang baik. Definisi politik ini dapat dipahami melalui perspektif Negara, kekuasaan, kebijakan umum, dan pengambilan keputusan, serta alokasi atau distribusi sumber daya. Dalam perspektif Negara, menurut Rogers F. Soltau, ilmu politik memfokuskan kajiannya pada Negara, tujuan Negara, lembaga-lembaga yang bertugas melaksanakan tujuan tersebut, serta hubungan antara Negara dengan warga negara dan Negara-negara lain. J. Barends juga menyatakan bahwa ilmu politik mempelajari Negara dan bagaimana Negara tersebut menjalankan tugas dan fungsi-fungsi yang dimilikinya.

Andrew Heywood mengartikan politik sebagai seni pemerintahan, urusan publik, kompromi, dan konsensus, serta sebagai ekspresi dari kekuasaan. Asal usul kata "politik" dapat ditelusuri ke kata "polis" atau kota praja dalam masyarakat Yunani, yang terdiri dari berbagai Negara-negara kota independen dengan sistem pemerintahan masing-masing. Dalam konteks ini, politik dipahami sebagai sesuatu yang terkait dengan Negara. Studi politik pada dasarnya melibatkan pemahaman terhadap pemerintahan, atau secara lebih luas, memahami bagaimana kekuasaan diorganisir dan dijalankan. Politik, pada dasarnya, diimplementasikan di dalam lingkup kabinet, lembaga legislatif, departemen pemerintahan, dan Peserta aktif dalam proses ini terutama berasal dari kelompok masyarakat yang terbatas dan khusus, khususnya para politisi

Politik adalah suatu disiplin ilmu yang memiliki keberadaan tersendiri. Politik juga merupakan seni, terlihat dari banyaknya politikus yang meskipun tanpa latar belakang pendidikan di bidang ilmu politik, namun mampu mencurahkan bakat alaminya sebagai seniman politik, sehingga mampu memimpin dalam praktek politik dengan karisma. Selain itu, politik juga dapat disebut sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan dengan objek, subjek, metodologi, sistem, terminologi, ciri, teori yang khas dan spesifik, serta dapat diterima secara universal di seluruh dunia. Disamping itu, politik dapat diajarkan dan dipelajari oleh masyarakat umum.

Dari beberapa pengertian diatas dapat dihasilkan sebuah pernyataan mengenai beberapa dimensi politik yang dapat dimengerti dalam berbagai perspektif yaitu : Pertama, digunakan sebagai observasi maupun pengkajian terhadap sebuah kelembagaan maupun institusi Negara. Kedua, dimengerti sebagai penguraian sebuah kekuasaan, yang dimana Sidne Hilmann mendefinisikan politik sebagai Gerakan perjuangan perebutan, memperoleh, menjalankan dan mengontrol kekuasaan itu sendiri serta bagaimana kekuasaan itu dikendalikan dan dimanfaatkan dengan sebenar-benarnya. Ketiga, dipergunakan sebagai pengkajian dari sebuah kebijakan politik yang ada. Dimensi-dimensi ini pun dapat dijadikan sebagai suatu Batasan pengertian maupun pemahaman mengenai politik demi menghindari terjadinya perbedaan pemahaman maupun pendapat.

Menurut Susanto (1985: 2), komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang bertujuan untuk mencapai pengaruh tertentu sehingga isu-isu yang dibahas dalam kegiatan komunikasi ini dapat mempersatukan seluruh warganya melalui sanksi yang telah disepakati bersama. Kantaprawira (1988:60) menyatakan bahwa Komunikasi Politik memiliki peran dalam menghubungkan pikiran politik yang ada dalam masyarakat, baik itu dalam kelompok internal, institusi, asosiasi, maupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor pemerintahan. Menurut Dahlan (1999), Komunikasi Politik merujuk pada suatu bidang atau disiplin yang mempelajari perilaku dan kegiatan komunikasi yang

bersifat politik, dengan dampak politik atau pengaruh terhadap perilaku politik. Komunikasi politik merujuk pada proses komunikasi yang bertujuan untuk mencapai pengaruh tertentu. Melalui kegiatan komunikasi ini, isu-isu yang dibahas dapat diikatkan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sanksi yang telah ditentukan bersama melalui lembaga politik.

Dari beberapa pengertian komunikasi politik diatas dapat dipahami dan disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah proses pengiriman informasi politik yang relevan dari satu bagian dari sistem politik ke bagian lainnya, serta antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Dalam hal ini, komunikasi politik adalah proses berkelanjutan yang juga melibatkan pertukaran informasi antara individu-individu dan kelompok-kelompoknya di semua tingkatan masyarakat. Dan berdasarkan pendapat Harsono Suwardi, komunikasi politik memiliki beberapa perspektif antara lain yaitu perspektif sempit maupun perspektif luas yang dimana dalam perspektif kecil, komunikasi politik ialah semua bentuk pesan yang disampaikan dapat berupa, lambang, simbol, kata-kata maupun isyarat. Sedangkan dalam perspektif besar, komunikasi politik dapat dikatakan sebagai semua jenis penyampaian pesan terkhusus muatan informasi yang besar dan dibagikan dalam jumlah yang besar pula.

2.1.1.2 Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan dari komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan oleh pelaku komunikasi politik. Sesuai dengan sifat tujuan komunikasi, hal ini terkadang meliputi penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, membentuk pendapat publik, dan bahkan dapat melibatkan mengatasi pendapat atau tuduhan dari lawan politik. Selain itu, komunikasi politik juga memiliki tujuan untuk mendapatkan dukungan dan simpati dari masyarakat, khususnya untuk meningkatkan partisipasi politik menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah .

Selain itu Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan, antara lain :
Pertama, Membangun Citra yang dimana sebuah citra tersebut dapat tercipta atau

terbentuk dari bagaimana informasi yang kita dapatkan, baik secara langsung maupun melalui media. Kedua, menciptakan komentar umum, yang dimana komentar ini tercipta atau diarahkan oleh penggunaan media seperti radio, pers, film serta televisi. Ketiga, Memprovokasi Masyarakat agar tertarik dengan politik, memprovokasi disini diartikan sebagai alat agar Masyarakat mau mengikut serta dalam setiap kegiatan politik dalam contoh memberikan hak suara pada saat pemilihan pejabat Negara. Pada dasarnya tujuan komunikasi politik selalu berkaitan erat dengan pesan politik , maka dari itu pesan tersebut harus transparan dan tidak berat sebelah (Berpihak).

2.1.1.3 Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa fungsi, diantaranya :

- Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh lembaga politik dan hubungannya dengan pemerintah serta masyarakat.
- Melakukan sosialisasi terkait kebijakan, program, dan tujuan lembaga politik.
- Memberikan motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan pendukung partai.
- Berfungsi sebagai platform untuk menghimpun ide-ide masyarakat, yang kemudian menjadi topik pembicaraan dalam bentuk opini publik.
- Mendidik masyarakat melalui penyediaan informasi dan sosialisasi mengenai proses pemilihan umum serta penggunaan hak pilih mereka.
- Menyajikan hiburan kepada masyarakat sebagai bagian dari perayaan demokrasi.
- Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui penyiaran berita, agenda setting, dan komentar-komentar politik.
- Membangun integritas dengan meningkatkan rasa kebangsaan untuk mencegah konflik dan ancaman seperti tindakan separatisme yang dapat mengancam persatuan nasional.

2.1.1.4 Strategi Komunikasi Politik

Menurut Ardial (2010: 73) Dalam komunikasi politik, yang memiliki dampak adalah bukan hanya isi dari pesan politik, tetapi lebih terutama siapa yang mengirimkannya, baik itu politikus, aktivis, atau profesional, dan dari lembaga mana pesan politik tersebut disampaikan. Dengan kata lain, reputasi dan otoritas seorang komunikator politik, serta dukungan dari lembaga politik yang mewadahi mereka, sangat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan komunikasi politik dalam mencapai tujuan dan sasarannya.

A. Keberadaan Pemimpin Politik

Menurut Ardial (2010: 77-78) mengklasifikasikan kepemimpinan berdasarkan tiga kriteria: (1) metode kepemimpinan dan karakteristik pemimpin; (2) hasil dari kepemimpinan; dan (3) sumber kekuasaan. Pertama, dalam konteks metode kepemimpinan, terdapat kepemimpinan demokratis yang memandang kekuasaan sebagai sesuatu yang dibagi bersama dan dijalankan dengan menghargai martabat individu. Demokrasi tak hanya ditentukan oleh mekanisme penentuan pemimpin, tetapi juga oleh keberadaan pemimpin yang memiliki karakteristik demokratis. Dalam hal ini, pemimpin tersebut mempertahankan dan memajukan nilai-nilai serta institusi-institusi demokrasi, termasuk kemampuan untuk menahan diri dalam menggunakan kekuasaan. Oleh karena itu, demokrasi bukanlah pemerintahan oleh sekelompok elit, melainkan pemerintahan oleh sejumlah pemimpin.

B. Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah awal dalam strategi komunikasi politik untuk mencapai citra politik adalah dengan memelihara dan memperkuat citra kepemimpinan serta memastikan stabilitas lembaga politik. Ini berarti bahwa dengan memperkuat citra seorang politikus dan memastikan stabilitas lembaga politiknya dalam masyarakat, akan memberikan pengaruh yang signifikan dalam proses komunikasi politik. Selain dari memelihara citra kepemimpinan dan memperkuat lembaga

politik, diperlukan juga keterampilan dan dukungan lembaga untuk merumuskan pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat agar proses komunikasi politik berjalan dengan lancar.

Dalam komunikasi politik, terutama dalam retorika politik atau pidato politik di depan massa, pada dasarnya audiens akan lebih memperhatikan siapa (tokoh politik) daripada apa (pesan politik) yang akan disampaikan. Ini berarti bahwa minat audiens tidak hanya terfokus pada substansi pidato itu sendiri. Hal ini menegaskan bahwa ketokohan memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi politik. Oleh karena itu, menurut Anwar Arifin (2006: 55-57), ketokohan dalam politik yang kemudian melahirkan kepahlawanan politik dan kharisma dapat dicapai melalui kredibilitas, yaitu dapat dipercaya karena karakter dan moralitas yang terpuji dalam interaksi sosial di tengah-tengah masyarakat.

C. Menciptakan Kebersamaan

Langkah strategis kedua yang diperlukan oleh seorang komunikator politik untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan rasa kebersamaan antara politikus dan masyarakat (khalayak). Ini dapat dicapai dengan cara memahami masyarakat dan menyusun pesan politik yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat tersebut.

Menurut Anwar Arifin (2006: 63-64), penting untuk menciptakan suasana kesamaan atau homofili antara politikus dan khalayak, termasuk persamaan dalam bahasa yang digunakan (simbol komunikasi), pakaian yang dikenakan, kesamaan kepentingan terutama terkait dengan pesan politik, serta metode dan media politik. Namun, hal yang sangat krusial adalah siapa tokoh yang akan melakukan komunikasi dengan khalayak. Ini berarti politikus atau aktivis harus memiliki banyak kesamaan dengan khalayaknya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa para pemilih cenderung memberikan suaranya kepada partai atau kandidat yang sejalan dengan ideologi politik mereka. Artinya, partai atau kandidat yang tidak sejalan dengan ideologi

politik pemilih akan diabaikan. Oleh karena itu, penting untuk membuat peta yang menggambarkan ideologi, agama, dan tradisi setiap individu, atau pola yang ada dalam masyarakat.

2.1.1.5 Komponen Komunikasi Politik

Sistem Komunikasi Politik memiliki lima komponen utama yang saling terkait dalam setiap kegiatan komunikasi. Dalam konteks ini, komunikasi politik dianggap sebagai proses penyempurnaan ide, gagasan, pikiran, dan perasaan individu yang terkait dengan aspirasi atau kepentingan politik. Kelima komponen tersebut meliputi:

- **Komunikator Politik:** Bertindak sebagai pengirim pesan politik.
- **Pesan Politik:** Merujuk pada isi atau informasi politik yang ingin disampaikan.
- **Saluran Komunikasi Politik:** Media atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dalam ranah politik.
- **Komunikatif Politik:** Penerima pesan atau informasi politik.
- **Efek Politik:** Merupakan dampak yang timbul akibat dari pesan politik yang disampaikan.

2.1.1.6 Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Politik

Pola komunikasi politik dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- **Faktor Fisik (alam):** Perbedaan letak geografis, seperti tinggal di pesisir pantai atau di kota, dapat memengaruhi komunikasi politik dan bahasa yang digunakan.
- **Faktor Teknologi:** Kemajuan teknologi turut berperan dalam perubahan komunikasi politik, menciptakan peningkatan yang signifikan.
- **Faktor Ekonomis:** Kondisi ekonomi suatu negara memengaruhi dinamika politik dan kehidupan masyarakat, sehingga komunikasi politik mengalami perubahan sesuai dengan pergeseran ekonomi.

- Faktor Sosiokultural: Pendidikan dan budaya memainkan peran dalam mempengaruhi komunikasi politik, yang berubah seiring dengan budaya dan tingkat pendidikan masyarakat.
- Faktor Politis: Faktor ini menjadi yang paling berpengaruh, membawa dampak besar bagi komunikasi politik dalam masyarakat. Faktor politis memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika komunikasi politik dan perubahan yang terjadi.

2.1.1.7 Pendekatan Komunikasi Politik

Pendekatan komunikasi politik dapat didekati melalui dua perspektif utama:

- Pendekatan proses, yang memandang bahwa semua hal di dunia ini merupakan hasil dari suatu proses. Menurut pandangan ini, realitas sosial dapat dipahami sebagai siklus yang mengalami pola ulangan dalam perkembangan peradaban, seperti yang disajikan oleh Spengler dan Toynbee. Pendekatan ini bermanfaat dalam memahami aspek sosialisasi politik dan kebijakan publik.
- Pendekatan agenda setting, yang dikembangkan oleh Maxwell C. McCombs dan Donald L. Shaw. Perspektif ini berasumsi bahwa media massa memiliki peran dalam menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkan. Seleksi ini dilakukan oleh para "gatekeeper," yaitu wartawan, pimpinan redaksi, dan penyunting gambar. Gatekeeper ini menentukan berita yang akan dipublikasikan dan informasi mana yang akan disembunyikan dari publik.

2.1.1.8 Indikator Dalam Komunikasi Politik

Dalam pengaruh penggunaan media dalam komunikasi politik terdapat 3 indikator utama, yaitu (Tariq et al., 2022) :

- Efektifitas Politik : Efektivitas politik mengacu pada kapasitas sistem politik atau pemerintah dalam mencapai tujuan serta memenuhi kebutuhan masyarakat. Efektivitas ini dapat dinilai melalui berbagai indikator seperti

stabilitas politik, kemampuan dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan, serta tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah.

- **Ekspresi Politik** : Ekspresi politik meliputi berbagai bentuk partisipasi politik, seperti pemungutan suara, demonstrasi, kampanye politik, dan penggunaan media sosial untuk menyampaikan opini politik. Ekspresi ini vital dalam demokrasi karena memberi kesempatan kepada warga negara untuk menyampaikan aspirasi dan mempengaruhi kebijakan publik.
- **Keberpihakan** : Keberpihakan dalam politik merujuk pada kecenderungan atau dukungan individu atau kelompok terhadap partai politik, ideologi, atau kebijakan tertentu. Hal ini bisa timbul karena berbagai faktor, termasuk afiliasi ideologis, kepentingan pribadi atau kelompok, serta pengalaman dan latar belakang sosial.

2.1.2 Pemilih Pemula

2.1.2.1 Pengertian Pemilih Pemula

Pemilih pemula merujuk kepada warga negara yang secara resmi memenuhi syarat untuk menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum, baik itu di tingkat daerah maupun nasional di Indonesia. Mereka termasuk dalam kategori pemilih yang pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam suatu pemilihan umum, termasuk pemilu nasional atau pilkada, sebagaimana telah diatur dalam perundang-undangan yang berlaku (Nurcholis & Rizki Putra, 2020). Pemilih pemula di Indonesia dapat dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, ada pemilih yang bersifat rasional, yaitu mereka yang melakukan pemilihan partai berdasarkan penilaian dan analisis yang mendalam. Kedua, terdapat pemilih kritis emosional, yang masih memegang nilai-nilai idealis dan tidak mau berkompromi. Ketiga, ada pemilih pemula, yaitu mereka yang baru pertama kali memilih karena baru mencapai usia pemilih.

Menurut Pasal I ayat (22) UU No. 10 Tahun 2008, pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah mencapai usia 17 tahun atau lebih, atau sudah menikah. Pasal 19 ayat (1 dan 2) UU No. 10 Tahun 2008 menjelaskan bahwa

pemilih yang memiliki hak memilih adalah warga negara Indonesia yang terdaftar oleh penyelenggara pemilihan umum dalam daftar pemilih, dan pada hari pemungutan suara, mereka sudah mencapai usia 17 tahun atau lebih, atau sudah pernah menikah.

2.1.2.2 Ciri-Ciri Pemilih Pemula

Komisi Pemilihan Umum (KPU) mendefinisikan pemilih pemula sebagai pemilih yang baru pertama kali dalam menggunakan hak pilihnya, dengan beberapa karakteristik yang dimiliki pemilih pemula diantaranya ;

- Belum pernah memilih atau melakukan penentuan suara di dalam TPS
- Tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam melakukan pemilihan.
- Memiliki tingkat antusiasme yang tinggi dan keputusan cenderung didasarkan pada emosi daripada pertimbangan rasional
- Pemilih muda yang masih penuh gejolak dan semangat
- Memiliki rasa ingin tahu dan mencoba hal-hal baru
- Bersedia berpartisipasi dalam pemilu (Pemilihan Umum) meskipun dengan latar belakang yang beragam.

2.1.3 Media Baru

2.1.3.1 Pengertian Media Baru

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era teknologi digital, komputer, atau jaringan teknologi dan komunikasi pada abad ke 20. Mayoritas teknologi yang digambarkan sebagai media baru era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, mapat, interaktif, dan memikat. Kehadiran media baru dipahami sematamata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada dan jelas menjadi kabur. Menurut buku "Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing" yang diterbitkan pada tahun 2021 dan ditulis oleh Rahmanita Ginting, dkk, new media merujuk pada media yang menggunakan internet sebagai basis teknologi online. Media ini memiliki

karakteristik fleksibel, berpotensi interaktif, dan mampu berfungsi baik secara privat maupun publik.

Secara literal, istilah "new" diartikan sebagai baru, sementara "media" mengacu pada alat yang digunakan oleh komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Oleh karena itu, new media dapat diartikan sebagai alat baru yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. New media mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai sumber hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, new media merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

2.1.3.2 Karakteristik Media Baru

Media baru lahir seiring dengan berkembangnya teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, dan surat kabar) media memiliki karakteristik diantaranya(El Qudsi & Syamtar, 2020) :

- Interaktif Fitur ini menjadi salah satu kunci dari media baru karena media baru dianggap paling interaktif dibandingkan media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar.
- Hypertext berarti bahwa semua informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio dan surat kabar diciptakan kembali pada layar yang diadaptasi di media baru. Ini berfungsi sebagai database perpindahan media dari media lama ke media baru agar data sebelumnya tidak hilang begitu saja.
- Jaringan (Networking) Berarti di dalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang untuk menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi. Jaringan itu antara lain The World Wide web, website perusahaan/Negara, situs media

social, blog network, forum online dan sebagainya. Jaringan ini merupakan media baru dan juga menjadi kunci dari media baru.

- Maya atau Virtual Fitur ini merupakan fitur yang melemahkan bagi media baru internet, karena sifatnya yang maya sehingga membuat identitas seseorang atau kelompok di dalam media baru internet ini menjadi tidak jelas atau tidak dipercaya sepenuhnya. Wilayah jangkauan penyebaran informasi di internet sangatlah bebas tidak ada batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapat oleh siapa saja.
- Simulasi Dalam zaman digital memiliki hubungan yang dekat dengan peniruan atau simulasi. Setiap media mempunyai akibat akanditirukan olah khalayak, sama halnya media lama. Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bias diangkat ke dalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang ia dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.

2.1.3.3 Manfaat Media Baru

Media baru muncul sebagai hasil dari pesatnya perkembangan teknologi yang digunakan oleh manusia. Beberapa keuntungan dari media baru antara lain (Oktama Andriyendi & Fitria Dewi, 2023):

- Pencarian informasi yang lebih mudah dan cepat:

Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar-dasar Penyiaran (2015), media baru telah merubah cara manusia mencari informasi dengan membuat proses tersebut lebih mudah dan cepat. Ini mempermudah akses manusia untuk mencari dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

- Kemudahan dalam memenuhi kebutuhan:

Media baru tidak hanya mempermudah akses informasi, tetapi juga memberikan kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Transaksi jual beli melalui internet, berbelanja di online shop, dan sejenisnya menjadi lebih cepat dan mudah.

- Sebagai media hiburan:
Media baru tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai media hiburan. Bermain game online, menggunakan media sosial, menonton video, dan mendengarkan musik secara online adalah contoh pemanfaatan media baru sebagai sarana hiburan.
- Efisiensi dalam berkomunikasi:
Salah satu manfaat signifikan dari new media adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia dapat berkomunikasi secara efisien meskipun berada di lokasi yang berbeda dan berbeda zona waktu.
- Sebagai sarana pendidikan:
Dalam konteks pendidikan, new media juga memberikan manfaat besar. Kemudahan akses ke buku digital dan proses belajar-mengajar yang dapat dilakukan melalui aplikasi konferensi video menjadi contoh nyata bagaimana media baru dapat mendukung pendidikan.

2.1.3.4 nstagram

Instagram atau istilah lain dengan kata photo sharing adalah media massa yang sangat populer saat ini karena memiliki nilai tambah dalam hal filter atau efek. Instagram bisa dikatakan menyerupai twitter, dimana kita bisa memfollow orang lain dan orang lain juga bisa memfollow kita balik. Selanjutnya kita bisa saling menyukai setiap apa yang mereka posting baik foto maupun video. (Anggraini et al., 2022) Alasan mengapa instagram menjadi media massa yang populer adalah karena instagram mempunyai banyak efek instan yang menarik. Sebagian besar efek yang terdapat pada aplikasi ini adalah mampu mengubah foto dan video.

Instagram merupakan jejaring sosial terbesar saat ini, lebih dari setengah miliar orang dan terus berkembang anggotanya. Instagram merupakan pusat penghubung pemasaran dan keberadaannya telah mengancam platform media milik perusahaan sendiri (owned media) dan media yang dibayar (paid

media)(Anggraini et al., 2022). Instagram sebagai media sosial didunia maya memang dapat memudahkan pengikut (followers) untuk mengetahui update terbaru dari akun instagram yang diikutinya, jadi meskipun tidak melihat langsung objek foto, jika hasil foto yang di upload di akun instagram tersebut menarik dan bagus pasti banyak followers yang mem-follow akun tersebut, namun dalam hal individu atau pengguna instagram tidak dapat melihat langsung aktifitas dari masing-masing pengguna, para followers hanya dapat melihat update dari beranda instagramnya. Berbeda dengan beberapa pendapat pengguna bisnis online, yang berjualan lewat media sosial ini sebagai komunikasi pemasarannya (Khairunnisa, 2017). Berjualan melalui instagram tidak sulit, cukup konsumen melihat/memilih barang yang disukai lalu memesannya, padahal para konsumen sama sekali tidak menyentuh, merasakan dan melihat langsung bagaimana kualitas barang yang dijual secara fisik.

2.1.4 Persepsi

2.1.4.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau bisa disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses tersebut mencakup pengindraan setelah informasi diterima oleh alat indra, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi yang sempurna. Menurut Stanton sebagaimana yang dikutip dalam buku perilaku konsumen yang di tulis oleh nugroho : “ Persepsi dapat di definisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu dan stimulus (rangsangan rangsangan) yang kita terima melalui panca indra (pengelihatana,pendengaran,perasa,dll).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Persepsi disini tidak hanya

tergantung pada hal fisik, tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut. Sedangkan dalam proses memperoleh atau menerima informasi tersebut adalah juga berasal dari objek lingkungan. Suatu rangsangan dipandang sebagai kejadian-kejadian yang ada di dalam lingkungan eksternal individu yang ditangkap dengan menggunakan alat sel syaraf yang selanjutnya akan terjadi proses pengolahan sensasi. Ketika sejumlah sensasi masuk ke dalam struktur yang lebih dalam dari sistem susunan syaraf, maka sensasi inilah yang disebut sebagai persepsi. (Fitriyah et al., 2021)

2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang di artikan, atau dalam konteks situasi dimana persepsi tersebut dibuat. Persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut (El Qudsi & Syamtar, 2020) :

a. Personal Effect

Dalam hal ini disebutkan bahwa karakteristik dari individu akan dihubungkan dengan perbedaan persepsi terhadap lingkungan. Hal tersebut, sudah jelas akan melibatkan beberapa faktor antara lain kemampuan perseptual dan pengalaman atau pengenalan terhadap kondisi lingkungan. Kemampuan perseptual masing-masing individu akan berbeda-beda dan melibatkan banyak hal yang berpengaruh sebagai latar belakang persepsi yang keluar. Proses pengalaman atau pengenalan individu terhadap kondisi lingkungan lain yang dihadapi, pada umumnya mempunyai orientasi pada kondisi lingkungan lain yang telah dikenal sebelumnya dan secara otomatis akan menghasilkan proses perbandingan yang menjadi dasar persepsi yang dihasilkan. Pembahasan terhadap hal-hal yang berpengaruh sebagai latar belakang terbentuknya persepsi dan mencakup pembahasan yang sangat luas dan kompleks.

b. Cultural Effect

Giffrod memandang bahwa konteks kebudayaan yang dimaksud berhubungan dengan tempat asal atau tempat tinggal seseorang. Budaya yang dibawa dari tempat asal dan tinggal seseorang akan membentuk cara yang berbeda bagi setiap orang tersebut dalam “melihat dunia”. Selain itu, Gifford menyebutkan 8 bahwa faktor pendidikan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap lingkungan dalam konteks kebudayaan.

c. Physical Effect

Kondisi alamiah dari suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi seseorang yang mengamati, mengenal dan berada dalam lingkungan tersebut. Lingkungan dengan atribut dan elemen pembentuknya yang menghasilkan karakter atau tipikal tertentu akan menciptakan identitas bagi lingkungan tersebut. Misalnya ruang kelas secara otomatis akan dikenal bila dalam ruang tersebut terdapat meja yang diatur berderet, dan terdapat podium atau mimbar dan papan tulis di bagian depannya.

2.1.4.3 Proses Terbentuknya Persepsi

Proses persepsi dimulai dari proses menerima rangsangan, menyeleksi, mengorganisasi, menafsirkan, mengecek dan reaksi terhadap rangsangan. Ada dua jenis proses persepsi, yaitu (El Qudsi & Syamtar, 2020) :

- Proses fisik Proses persepsi dimulai dari penginderaan yang menimbulkan stimulus dari reseptor yang dilanjutkan dengan pengolahan data pada syaraf sensorik otak atau dalam pusat kesadaran. Proses ini disebut juga dengan proses fisiologis.
- Proses psikologis Proses pengolahan data pada syaraf sensorik otak akan menyebabkan reseptor menyadari apa yang dilihat, didengar, atau apa yang diraba.

Terbentuknya persepsi individu maupun suatu komunitas juga sangat tergantung pada stimulus yang jadi perhatian untuk di persepsikan. Di samping itu, kelengkapan data dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi sangat menentukan kualitas persepsi dari reseptor.

2.1.4.4 Indikator-Indikator Persepsi

Menurut Robbin (2015) (Jordy & Palenewan, 2020), ada dua jenis indikator persepsi: Dengan kata lain :

- Penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi pada tahap fisiologis, yaitu kemampuan indera dalam mempersepsikan rangsangan dari luar.
- Evaluasi adalah stimulus eksternal yang dideteksi oleh indera dan dievaluasi oleh individu. Penilaian ini sangat subyektif Satu orang menilai suatu stimulus. sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan, dan orang lain menilai stimulus yang sama sebagai sesuatu yang baik dan menyenangkan.

2.1.5 Teori S-O-R

Pada era 1930-an, muncul suatu model klasik dalam bidang komunikasi yang sangat dipengaruhi oleh teori psikologi, yaitu Teori S-O-R. Model ini menggabungkan konsep objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi, fokusnya adalah pada manusia dan komponen-komponen jiwa seperti sikap, opini, perilaku, persepsi, kognisi, efeksi (sikap yang berporos pada perasaan), dan konasi (sikap yang berporos pada tendesi berperilaku) (Tariq et al., 2022). Berdasarkan konsep stimulus-respon, model ini menegaskan bahwa efek yang timbul merupakan reaksi khusus terhadap stimulus tertentu. Oleh karena itu, seseorang dapat memperkirakan dan mengharapkan kesesuaian antara pesan dan respons komunikasi. Asumsi dasar dari model ini adalah bahwa media massa memiliki kemampuan untuk menimbulkan efek yang terarah secara segera dan langsung terhadap komunikasi.

Unsur-unsur kunci dalam model ini mencakup Pesan (stimulus, S), Komunikasikan (organisme, O), dan Efek (respon, R). Teori S-O-R, merupakan suatu kerangka teoritis dalam studi komunikasi. Teori ini menekankan peran kuat media massa dalam memengaruhi penerima pesan. Dalam pandangan teori S-O-R, komunikasi disederhanakan menjadi dua komponen utama, yaitu media massa dan khalayak sebagai penerima pesan. Namun, teori ini juga mengakui bahwa respon sebenarnya yang muncul dari penerima pesan dipengaruhi oleh organisme (O), yang merujuk pada faktor-faktor internal atau karakteristik individu yang memodifikasi tanggapan terhadap stimulus. Dengan demikian, dinamika komunikasi dijelaskan sebagai suatu proses interaksi kompleks antara stimulus, organisme, dan respon, yang memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana pesan diterima dan diproses oleh khalayak (Devica, 2020).

Model S-O-R (Stimulus Organism Response) menggambarkan bahwa komunikasi adalah suatu proses respons yang melibatkan interaksi antara stimulus, organisme (individu), dan respons. Dengan kata lain, teori ini menyatakan bahwa kata-kata tertentu, isyarat nonverbal, atau simbol dapat merangsang individu untuk memberikan reaksi atau respons tertentu. Model S-O-R ini dapat menghasilkan respons yang positif atau negatif. Sebagai contoh, jika seseorang tersenyum, maka kemungkinan besar orang lain akan merespons dengan senyuman juga, menunjukkan respons yang positif. Namun, jika senyuman tersebut tidak direspons dengan senyuman atau diabaikan, hal tersebut menandakan respons yang negatif.

Menurut (Onong Uchyana Effendi, 2003), fokus utama dalam model komunikasi S-O-R (Stimulus Organism Response) adalah pada kemampuan pesan yang disampaikan untuk membangkitkan motivasi pada penerima pesan (komunikasikan) sehingga mereka menerima pesan dengan cepat dan mengalami perubahan dalam perilaku dan sikap. Oleh karena itu, terdapat tiga unsur utama dalam model komunikasi ini, yaitu: Pesan (Stimulus; S), Komunikasikan (Organisme; O), dan Respons (Response; R), yang memegang peranan kunci dalam proses komunikasi tersebut. Penting juga untuk dicatat bahwa untuk terjadi perubahan

sikap, rangsangan yang diberikan harus memenuhi tiga faktor: perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Dari uraian tersebut, dapat dipahami bahwa model komunikasi S-O-R memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang positif dalam konteks pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pembahasan dan analisis lebih lanjut tentang Urgensi Penggunaan Model Komunikasi Stimulus Organisme Respons (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran, karena hal ini memiliki signifikansi yang besar.

Model ini berpendapat bahwa perilaku organisme dipicu oleh kondisi stimulus tertentu, memungkinkan prediksi dan harapan mengenai kesesuaian antara pesan dan respons komunikan. Asumsi pokoknya adalah bahwa media massa memiliki dampak yang terarah, cepat, dan langsung terhadap komunikan. Teori Stimulus-Respon atau SR Theory mendasari pandangan ini. Model ini juga mengilustrasikan bahwa komunikasi adalah suatu proses aksi komunikasi. Hal ini berarti bahwa model ini menganggap bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, dan simbol-simbol khusus dapat memicu orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Teori ini adalah suatu prinsip sederhana di mana efek merupakan respons terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan hubungan yang erat antara pesan-pesan media dan respons dari audiens.

Stimulus atau pesan yang diberikan kepada penerima pesan dapat diterima atau ditolak. Untuk terjadi komunikasi, perhatian penerima pesan sangat diperlukan. Proses selanjutnya melibatkan pemahaman oleh penerima pesan, dan kemampuan pemahaman ini memicu kelanjutan proses komunikasi. Setelah pemrosesan dan penerimaan pesan, kemudian muncul kesediaan untuk mengubah sikap. Teori ini berlandaskan asumsi bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh kualitas stimulus atau rangsangan yang berkomunikasi dengan individu. Artinya, elemen-elemen seperti kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya berbicara dari sumber komunikasi menjadi faktor penentu keberhasilan dalam mengubah perilaku individu, kelompok, atau masyarakat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian tinjauan Pustaka yang dideskripsikan secara sistematis berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dan dihubungkan dengan penelitian yang sedang diteliti. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Metode & Teori	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Dimaz Oktama Andriyendi , Nurman S , Susi Fitria Dewi,2023) Vol. 3 No. 1 (2023): JECCO: Fifth Edition (Sinta 6) https://jecco.ppj.unp.ac.id/index.php/jecco/article/view/172	Pendekatan Kuantitatif Dengan Jenis Penelitian Ex-Post Facto	Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pilkada	Pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula memiliki nilai adjust r square 0.306 yang artinya pengaruh variabel media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula sebesar 31%. Dalam hal ini media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

2.	<p>(Muhammad Abdan Shadiqi, Gusanti Ernawati, Rima Hariati, Khaerullah Fadhli Hasan Arasy, Noor I'annah, 2022)</p> <p>https://doi.org/10.7454/jp.v8i1.1061</p> <p>Jurnal Politik: Vol. 8: Iss. 1, Article 8. (Sinta 2)</p>	<p>Pendekatan Kualitatif Dan Desain Penelitian Eksperimen Kuasi</p>	<p>Educational Intervention Program For Young Voters: Improving Political Knowledge And Voting Behavior In The 2020 Simultaneous Local Elections</p>	<p>Adanya pengaruh program edukasi pada peningkatan pengetahuan politik dan perilaku memilih muda. Dengan demikian, program edukasi ini secara signifikan dan efektif dapat meningkatkan pengetahuan politik dan perilaku memilih muda.</p>
3.	<p>(Ahmad Nurcholis, Tri Rizki Putra, 2020)</p> <p>Vol 2 No 1 (2020): Jurnal PolGov</p>	<p>Metode Kuantitatif Deskriptif Dan Teori Stimulus Organisme Respons (SOR), Dan</p>	<p>Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Muda Pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa Fisipol Ugm</p>	<p>Pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Lebih kurang, pemilih pemula adalah pemilih yang paling</p>

	<p>Volume 2 No. 1 Tahun 2020 (Sinta 2)</p> <p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2695400</p>	<p>Teori Tentang Partisipasi Politik.</p>		<p>berpengaruh dalam perebutan suara, khususnya melalui kampanye di media sosial. Pemilih pemula cenderung memilih pasangan yang aktif memberikan informasi lewat media sosial karena dianggap menarik dan mudah dijangkau.</p>
4.	<p>(Wa Ode Mudiani, 2023)</p> <p>Vol 6 No 1 (2023): Journal On Education: Volume 6 Nomor 1 Tahun 2023 (Sinta 5)</p> <p>https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3392</p>	<p>Metode Analisis Data Secara Kuantitatif Dan Kualitatif</p>	<p>Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampanye Pada Pemilu 2024</p>	<p>Pemilih pemula menggunakan youtube serta pemilih pemula sangat setuju dan merasa efektif jika penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye pada PEMILU 2024 oleh kandidat politik dan merekomendasikan beberapa jenis media sosial seperti facebook, instagram, twitter, whatsapp dan youtube.</p>

5.	<p>(Noviyanti , Ubaidullah, M.A, Ardiansyah, S.IP., M.A, 2021)</p> <p>Vol 6, No 2 (2021) (Sinta 2)</p> <p>https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/16746</p>	<p>Penelitian Kualitatif dan Teori Partisipasi Politik</p>	<p>Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pilpres 2019 Di Kabupaten Aceh Utara (Studi Penelitian Di Kecamatan Dewantara)</p>	<p>Menunjukkan bahwa adanya pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada Pilpres 2019 Di Kabupaten Aceh Utara bisa dilihat dari ketergantungan pemilih pemilih pemula terhadap media sosial, mayoritas peserta pemilu menggunakan media sosial untuk menjangkau pemilih dalam berkampanye, media sosial memudahkan pemilih pemula dalam mengakses informasi politik, jenis dan durasi penggunaan media sosial pemilih pemula serta dampak kampanye melalui media sosial terhadap pemilih pemula. Bentuk kampanye di media sosial yang</p>
----	--	--	--	---

				berpengaruh terhadap pemilih pemula yaitu bentuk kampanye via youtube, instagram, facebook, whatsapp serta kampanye menggunakan hashtag.
6.	<p>(Devianti Anggraini , Aang Wahyu Ariesta , A.G Eka Wenats Wuryanta, 2022)</p> <p>Vol. 11, No. 1, Juni 2022 pp.1 – 12 ISSN 2310-6051 (Print), ISSN 2548-4907 (online)</p> <p>(Sinta 4)</p> <p>https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/31164/21879</p>	<p>Metode Kuantitatif dan Teori Partisipasi Politik</p>	<p>Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019</p>	<p>Besaran pengaruh positif yang signifikan antara penggunaan media jejaring instagram terhadap tingkat partisipasi politik remaja yang juga merupakan Mahasiswa/I S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina. Meskipun sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel penggunaan media jejaring instagram terhadap variabel tingkat partisipasi politik remaja tidak begitu besar.</p>

7.	(Azkia Aziza,2022) http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/24049/	Metode Kualitatif dan Teori Perilaku Pemilih	Penggunaan Instagram Sebagai Literasi Politik Bagi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Barru Tahun 2020	Instagram sebagai media yang digunakan pemilih pemula dalam mendapatkan pengetahuannya terkait informasi-informasi Politik Pilkada 2020 berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula dalam menentukan pilihannya. Dengan maraknya informasi-informasi politik yang ada pada media instagram memudahkan pemilih terutama pemilih pemula dalam mengenal calon yang akan dipilihnya.
8.	(Ahmad Fachri Faqi, Muh. Hasrul, Amaliyah, Ismail Iskandar, M. Aris Munandar, 2023)	Metode Kualitatif Dengan Pendekatan Deksriptif. Dan Teori Patron-Klien	Persepsi Mahasiswa Sebagai Pemilih Pemula Terhadap Normalisasi Politik Uang Dalam Pemilihan Umum	Bahwa mayoritas responden mengetahui prevalensi dan bentuk/jenis politik uang. Responden memiliki persepsi

	<p>Vol 9, No. 1, 2023, pp. 17-30 (Sinta 2)</p> <p>https://doi.org/10.32697/integritas.v9i1.981</p>			<p>yang cenderung berimbang tentang apakah setuju atau tidak bahwa politik uang merupakan praktik yang normal dalam Pemilu di Indonesia. Faktor yang mempengaruhi persepsi responden meliputi faktor pada diri responden; faktor pada sasaran atau objek; dan faktor situasi/konteks.</p>
9.	<p>(Herning Suryo & Haryo Kusumo Aji, 2020)</p> <p>Vol. 4 No. 1 (2020): RESEARCH FAIR UNISRI (Sinta 2)</p> <p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2584538</p>	<p>Metode Kualitatif Studi Kasus</p>	<p>Media Sosial Dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial)</p>	<p>Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial Karena Fungsi Kegunaan Dari Media Sosial Ini Yang Meski Tampil Dengan Desain Menarik Namun Tetap Bisa Menyampaikan Informasi Yang Benar Tentang Pasangan Calon. Informan Yang Berasal Dari Latar Belakang Siswa Dan Mahasiswa Merupakan Orang</p>

				<p>Terdidik Sehingga Cenderung Kritis Terhadap Informasi Yang Beredar Di Media Massa, Oleh Karena Itu Akan Mencek Informasi Yang Muncul Dari Berbagai Sumber, Dan Akan Memutus Rantai Hoax Serta Menyebarkan Berita Yang Benar Tentang Pasangan Calon Dalam Pemilu.</p>
10.	<p>(Irninta Islamiah Yusran , Sapar, 2022)</p> <p>Vol 30 No 2 (2022): AGUSTUS (Sinta 2)</p> <p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3095811</p>	<p>Metode Kuantitatif dan Teori Media Sosial</p>	<p>Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara)</p>	<p>Media Sosial Berpengaruh Terhadap Partisipasi Pemilih Sebesar Disimpulkan Bahwa Media (1) Media Sosial Berpengaruh Terhadap Partisipasi Pemilih,(2) Perilaku Pemilih Berpengaruh Terhadap Partisipasi Pemilih. Sehingga Disarankan Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Agar Para Kandidat</p>

				Mengoptimalkan Pemanfaatan Media Sosial Dan Pendidikan Politik Bagi Seluruh Lapisan Masyarakat Agar Perilaku Pemilih Lebih Baik.
11.	(Ali Ismail Shaleh, Raihana, 2021) Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial Vol.2 Nomor 01 (Sinta 2) https://jurnal.uai.ac.id/index.php/JAISS/article/view/508/pdf	Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Teori Negara Hukum Dan Triadisim Law	Efektivitas Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 Pada Era COVID-19 di Indonesia	Bahwa arti penting dari partisipasi pemilih pemula pada Pilkada 2020 karena memiliki basis/jumlah pemilih yang mengalami peningkatan hingga 9 desember 2020 dan urgensi KPU dalam menjamin keselamatan pemilih pemula di masa pandemi Covid 19 di Indonesia.
12.	(Rehan Tariq, Izzal Asnira Zolkepli, Mahyuddin Ahmad, 2022) Soc. Sci. 2022, 11, 81 https://doi.org/10.3390/socsci11020081	Social Identity Theory (SIT)	Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations.	Our findings acknowledged nine direct and five indirect correlations out of ten direct and six indirect relationships. Political efficacy neither influenced offline political participation

	Scopus			nor proved to be a mediator between social media use and offline political participation. We conclude with study implications, limitations, and recommendations for future scholars
13.	(Erwin Kartinawati, Andrik Purwasito, 2021) Journal of Social Studies (JSS) Vol. 17. No. 1 (2021) (Sinta 4) DOI: https://doi.org/10.21831/jss.v17i1.39147	Media Normative Theory And Agenda Setting Media	Preference Of Media Politics And Beginner Voter Trust In Surakarta	Most of the respondents stated that their political choices are not necessarily influenced by the media. The belief in the media is not directly related to political preferences but depends on the content or what is conveyed to the public. However, the involvement of media owners in politics also undermines public trust in the content of the media, especially about political news. The public believed

				that the media would not be able to act neutrally and objectively in their coverage as long as it had affiliation to a particular political party
14.	(Ridwan Effendi, Muhammad Endriski A. H, Vidi Sukmayadi, Firman Aziz, 2020) Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial Vol,29 No.01 (2020) (Sinta 3) https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.19751	Quantitative Method and Mobilization Theory	Consumption of Online Political News and Political Participation of First-Time Voters	The results of the study show that there is a significant effect of online political news consumption on political participation with a direct value 0,719
15.	(Ageng Rara Cindoswari, Dina Diana, 2019)	Metode deskriptif kualitatif dengan	Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang dipengaruhi oleh

	<p>Jurnal Komunikasi : Universitas Garut Vol 5, No 2 (2019)</p> <p>(Sinta 5)</p> <p>https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/666</p>	<p>menggunakan analisis data Miles & Huberman</p>	<p>Komunitas Kpopers Batam</p>	<p>imitasi dari Korea Wave memberikan beberapa perubahan perilaku pada remaja yang menyukai kpop. Perubahan perilaku yang terjadi adalah meniru idola mereka, dari perilaku idola mereka seperti kebiasaan idola yang mereka lihat melalui video, mode, hingga belajar dan menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari, perubahan ini terjadi pada: (1) proses perhatian, (2) proses zikir, (3) proses reproduksi motorik dan (4) motivasi.</p>
--	---	---	--------------------------------	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Suryani, 2019), kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif.

Dalam penelitian ini Pengaruh Penggunaan Instagram (Media Sosial) ditetapkan sebagai variabel bebas (X) dan Persepsi ditetapkan sebagai variabel

terikat (Y) . Penelitian ini dilakukan kepada seluruh Remaja di Kota Batam yang termasuk kedalam Pemilih Pemula yang bertujuan agar mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Yang dimana Teori S-O-R dan Model O-S-O-R menjadi pedoman dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran yang dijadikan sebagai acuan serta pedoman dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Dari uraian teoritis, struktur ideologi dan hasil penelitian selama ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas pernyataan penelitian, yang dinyatakan sebagai berikut :

H1 : adanya pengaruh antara Instagram dan persepsi terhadap pemilih pemula di Kepulauan Kepri

H2 : adanya fungsi Instagram sebagai sarana literasi politik dalam memberi pengetahuan lebih luas kepada pemilih pemula di Provinsi Kepulauan Riau.