

Pengaruh Komunikasi Politik Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kabupaten Bungo pada Pemilu 2024

Mutiara Gita Paluvi¹, Ofianto², Fini Fajri Mulyani³

¹Program Studi Magister Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan,
Universitas Negeri Padang

²Program Studi Pendidikan Sejarah, Universitas Negeri Padang

³Program Studi Magister Pendidikan Sejarah, Universitas Negeri Yogyakarta
e-mail: mutiaragitapaluvi@gmail.com

Abstrak

Partisipasi politik merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah Negara demokrasi. Tingginya tingkat partisipasi politik dalam sebuah Negara menunjukkan bahwa system demokrasi yang dilaksanakan berjalan dengan cukup baik. Namun apabila yang terjadi sebaliknya, maka perlu pembenahan terhadap system demokrasi yang dilaksanakan. Salah satu cara untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat yaitu dengan melakukan komunikasi politik berupa kampanye politik dan diskusi politik yang dapat dilakukan dengan berbagai media seperti televisi, surat kabar, radio, ataupun media sosial. Adapun tujuan penulisan artikel ini yaitu untuk melihat seberapa besar pengaruh komunikasi politik terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat kabupaten bungo khususnya kecamatan rimbo tengah yang berjumlah 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner. Adapun analisis datanya menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat dengan menggunakan *chi-square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang buruk dapat menghasilkan partisipasi politik yang buruk yakni sebesar 5,597.

Kata kunci: *Komunikasi Politik, Partisipasi Politik, Pengaruh*

Abstract

Political participation is very important in a democratic country. The high level of political participation in a country shows that the democratic system implemented is working quite well. However, if the opposite happens, then it is necessary to improve the democratic system implemented. One way to increase community political participation is by carrying out political communication in the form of political campaigns and political discussions which can be carried out using various media such as television, newspapers, radio or social media. The purpose of writing this article is to

see how much influence political communication has on the level of political participation in society. The type of research used in this research is quantitative research with a cross sectional design. The samples in this research were the people of Bungo Regency, especially Rimbo Tengah Subdistrict, totaling 100 people. Sampling was carried out using accidental sampling technique. Data collection in this research used a questionnaire. The data analysis uses univariate analysis and bivariate analysis using chi-square. The results of this research show that poor political communication can result in poor political participation, namely 5.597.

Keywords : *Political Communication, Political Participation, Influence*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem demokrasi. Salah satu perwujudan dari demokrasi dalam sistem ketatanegaraan Indonesia adalah pelaksanaan pemilihan umum ataupun pemilihan kepala daerah yang dilaksanakan secara langsung. Pemilu ataupun pilkada merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk menciptakan pemerintahan yang demokratis. Pelaksanaan pemilu di Indonesia secara sistematis dilakukan setiap 5 tahun sekali, hal ini sesuai dengan yang tertera dalam Pasal 22E ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berbunyi :

“Pemilihan umum dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali”.

Pemilihan umum dimaksud diselenggarakan dengan menjamin prinsip keterwakilan, yang artinya setiap orang Warga Negara Indonesia terjamin memiliki wakil yang duduk di lembaga perwakilan yang akan menyuarakan aspirasi rakyat di setiap tingkatan pemerintahan, dari pusat hingga, ke daerah. Hal ini seperti yang baru saja terjadi pada 14 februari 2024 lalu, dimana Indonesia secara serentak mengadakan pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden periode 2024 serta caleg DPR RI, DPR Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dan DPD.

Pada pemilu 2024 ini dapat kita lihat terjadi gejala antusias masyarakat menyambut pemilu yang cukup tinggi. Hal ini dapat terlihat dengan munculnya berbagai dukungan di media sosial terhadap para paslon capres-cawapres ataupun caleg. Fenomena ini tentunya berbeda dengan pemilu yang terjadi sebelumnya yakni pemilu 2019, dimana penggunaan media sosial belum terlalu luas seperti saat ini. Antusias masyarakat dalam memberikan dukungan kepada para paslon ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah partisipasi politik pada pemilu 2024 ini. Munculnya fenomena ini salah satunya disebabkan dengan penggunaan media sosial yang semakin meluas dan mudah dijangkau, sehingga untuk melakukan komunikasi politik antara paslon dan masyarakat lebih mudah.

Komunikasi politik sendiri merupakan kegiatan diskusi yang dilakukan oleh para calon presiden dan wakil presiden ataupun calon legislative. Dalam kegiatan ini biasanya para calon akan menyampaikan visi, misi, program-program kerja yang akan dilakukan kedepannya, ataupun diskusi tertentu untuk membahas suatu permasalahan

yang muncul dalam dunia politik (Putri, O : 2024). Komunikasi politik ini dapat dilakukan melalui berbagai media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau yang paling sering dijumpai dan paling mudah saat ini yakni berupa komunikasi politik melalui media sosial seperti instagram, tiktok, X atau twitter, youtube dan masih banyak media lainnya. Adapun bentuk komunikasi politik yang terjadi pada pemilu 2024 ini lebih kepada bentuk kampanye dari para paslon kepada masyarakat luas. Dalam hal ini, komunikasi yang terjalin berupa komunikasi melalui media sosial Tiktok, X (twitter), dan Instragram. Melalui berbagai media sosial ini para paslon lebih mudah menjalin komunikasi kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasi atau keinginan mereka kepada pejabat pemerintah.

Sedangkan partisipasi politik sendiri merupakan keterlibatan masyarakat dalam setiap kegiatan politik Negara, contohnya pemilu, diskusi-diskusi terkait permasalahan dalam suatu Negara, dan masih banyak lainnya. Partisipasi politik merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah Negara demokrasi (Millah, N. S., & Dewi, D. A. : 2021). Hal ini dikarenakan tingkat partisipasi politik menunjukkan seberapa besar keberhasilan dari Negara demokrasi tersebut. Artinya jika tingkat partisipasi politik masyarakatnya tinggi maka demokrasi dalam Negara tersebut dapat dikatakan berjalan dengan cukup baik. Namun sebaliknya, apabila tingkat partisipasi politik masyarakat pada suatu Negara itu rendah, maka perlu dilakukan pembenahan terhadap system demokrasi yang dijalankan. Berikut dijabarkan indicator dalam komunikasi politik dan partisipasi politik :

Tabel 1. Indikator Komunikasi Politik dan Partisipasi Politik

No	Komunikasi Politik	Partisipasi Politik
1	Internet	Mengikuti pemilu
2	Televisi	Mengikuti diskusi politik
3	Radio	Mengikuti kampanye politik
4	Surat kabar	dll

Oleh sebab itu, artikel ini berupaya untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh komunikasi politik yang dilakukan paslon terhadap tingkatan partisipasi politik pada pemilu 2024. Sehingga dengan mengetahui adanya pengaruh antara komunikasi politik dan partisipasi politik ini maka akan dijadikan pedoman dalam melaksanakan pemilu kedepannya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan penelitian berikutnya dan dapat memberikan wawasan dan pemahaman baru kepada setiap actor yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat Indonesia.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kabupaten Bungo khususnya yang berada pada Kecamatan Rimbo Tengah. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* (Nurramat et al., 2021). Dengan menggunakan teknik ini diperoleh responden

sebagai sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Adapun analisis datanya menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat dengan menggunakan *chi-square*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dan jenis kelamin.

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Remaja	52	52,0	52,0	52,0
	Dewasa	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	37,0	37,0	37,0
	Perempuan	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 2 sebaran frekuensi responden berdasarkan umur dan jenis kelamin. Responden yang memiliki usia remaja dengan rentang usia 17-25 tahun sebanyak 52 (52%) lebih banyak dibandingkan responden dewasa dengan rentang usia 26-59 tahun sebanyak 48 (48%). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden lebih dominan responden berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 63% daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37%.

FREKUENSI VARIABEL

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variable Komunikasi Dan Partisipasi Komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Komunikasi Buruk	43	43,0	43,0	43,0
	Komunikasi Baik	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Partisipasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Partisipasi Buruk	47	47,0	47,0	47,0
	Partisipasi Baik	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 3 mayoritas responden sudah memiliki komunikasi yang baik dalam melakukan kegiatan atau komunikasi politik yakni sebesar 57%, sedangkan responden yang memiliki komunikasi yang tidak baik berjumlah 43%. Berdasarkan hasil analisis univariat didapatkan mayoritas reponden sudah memiliki tingkat partisipasi yang baik mengenai dalam mengikuti pemilu sebanyak 53% dan responden dengan partisipasi buruk sebesar 47%.

Tabel 4. Pengaruh Komunikasi Politik Dan Tingkat Partisipasi Politik

Variabel	PR (95% CI)	P Value
Komunikasi		
Buruk	5,597	0,000
Baik	3,043-10,293	

Hasil analisis bivariat menggunakan chisquare diperoleh hasil p-value sebesar 0,000 ($p < 0,050$) dengan menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel komunikasi dengan partisipasi. Dimana berdasarkan hasil penelitian bahwa komunikasi politik yang buruk menghasilkan tingkat partisipasi sebesar 5,597. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai gerindra dengan pemilih muda menghasilkan dukungan dan partisipasi pemilih muda dalam pelaksanaan pemilu. Dalam hal ini partai gerindra mendorong pemilih muda atau generasi Z dengan membebaskan mereka untuk menyampaikan pendapatnya kepada partai politik. Kemudian partai gerindra ini juga aktif dalam membuat berbagai konten yang memuat informasi politik, sehingga konten-konten tersebut dapat diakses dan dilihat oleh generasi Z kemudian menumbuhkan partisipasi dalam diri mereka.

Kemudian juga terdapat penelitian dari Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. E. W. (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi politik memiliki pengaruh dalam meningkatkan partisipasi politik. Dalam penelitian yang mereka gunakan, komunikasi politik yang dilaksanakan melalui media sosial instagram memengaruhi partisipasi politik sebesar 64,4% dari sampel yang digunakan. Penggunaan media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini terutama berkaitan dengan frekuensi, durasi dan intensitas penggunaan Instagram. Semakin besar frekuensi, durasi dan intensitas penggunaan Instagram menyebabkan terjadinya peningkatan sikap mahasiswa dalam berkontribusi terhadap pemilihan presiden tahun 2019. Frekuensi, durasi dan intensitas penggunaan media social Instagram pada

mahasiswa Pramadina tahun 2015 dan 2016 menunjukkan tingkat yang tinggi sehingga mahasiswa mempunyai sikap yang tinggi dalam berpartisipasi politik pada pemilihan presiden tahun 2019.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa sebanyak 52% partisipan politik merupakan remaja yang memiliki rentang usia 17-25 tahun. Sedangkan 48% lainnya merupakan orang dewasa dengan rentang usia 26-59 tahun. Adapun jenis kelamin yang memiliki presentase partisipan yang lebih besar dalam penelitian ini yakni perempuan dengan jumlah presentase 63% sedangkan laki-laki hanya berada pada presentase 37%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka komunikasi politik memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat Kabupaten Bungo pada pemilu 2024. Dalam penelitian yang dilakukan, komunikasi politik yang buruk akan menghasilkan peluang sebesar 5,597 partisipasi politik yang buruk pula. Sehingga dalam melaksanakan pemilu para calon presiden-wakil presiden ataupun calon legislative harus memiliki strategi komunikasi yang baik. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik diharapkan dapat meningkatkan partisipasi politik yang baik pula.

Komunikasi politik dan partisipasi politik merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah Negara demokrasi. Partisipasi politik akan menjadi pedoman seberapa berhasil tingkat demokrasi yang dilaksanakan dalam sebuah Negara. Sedangkan komunikasi politik merupakan salah satu cara yang digunakan dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Oleh sebab itu, sangat penting dilakukan penelitian ini yang untuk kemudian hari bisa dijadikan pedoman dalam pelaksanaan pemilu yang perlu memerhatikan berbagai strategi untuk meningkatkan partisipasin politiknya. Penelitian ini hanya berfokus pada bagaimana pengaruh komunikasi politik terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat. Sehingga kedepannya bisa dilakukan pengembangan dari penelitian ini terkait berbagai hal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh komunikasi politik terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat pada pemilu 2024 di Kabupaten Bungo, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : Komunikasi politik yang baik berpengaruh terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat pada pemilu di Kabupaten Bungo pada tahun 2024. Sedangkan komunikasi politik yang buruk akan menimbulkan peluang sebesar 5,597 kali partisipasi politik yang buruk. Adapun media yang dinilai paling efektif dalam melakukan komunikasi politik yakni media internet seperti instagram, tiktok, twitter, youtube, dll. Hal ini dikarenakan media internet pada masa sekarang merupakan media yang paling mudah digunakan dan juga merupakan media yang bersifat ekonomis sehingga dapat mengikis anggaran atau pengeluaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa artikel

ini. Adapun penulisan artikel ini dilakukan dalam rangka memenuhi tugas mara kuliah statistic terapan pada program magister PPKn Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sulit untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa artikel ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ofianto, M.Pd selaku dosen pengampu mata kuliah statistic terapan program magister PPKn Universitas Negeri Padang.
2. Fini Fajri Mulyani, S.Pd selaku asisten dosen pengampu mata kuliah statistic terapan program magister PPKn Universitas Negeri Padang.
3. Seluruh masyarakat Kabupaten Bungo yang telah bersedia menjadi responden dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aggasi, A. (2017). Peran Media Sosial Dan Partisipasi Politik Remaja Dalam Konteks Komunikasi Politik Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Tambora*, 2(3).
- Andriana, N. (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus PDI-P Dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51-66.
- Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. E. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1-12.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161.
- Millah, N. S., & Dewi, D. A. (2021). Skpp Bawaslu Sebagai Sarana Pendidikan Politik Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Warga Negara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 355-363.
- Nurramah, A. et al. Pengantar Statistika 1. Edited by S. Haryanti. Kota Bandung: Media Sains Indonesia.2021.
- Putri, O. (2024). Dinamika Komunikasi Politik dan Partisipasi Politik: Kasus Pemilihan Gubernur Kota Jambi Tahun 2020. *Journal of Politica Governo*, 1(2), 1-4.
- Sauri, U. S. (2016). Komunikasi Politik dalam Perspektif Iklan Politik dan Dampaknya terhadap Partisipasi Politik. *ProListik*, 1(1).
- Sandya, A. P., Rakhmad, W. N., & KOm, M. I. (2016). Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial dan Faktor Pendorong Kehadiran Publik terhadap Partisipasi Politik dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme. *Interaksi Online*, 4(3), 1-13.
- Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8040-8046.