

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Negara Republik Indonesia merupakan negara demokrasi dan salah satu negara di dunia yang menganut sistem pemerintahan presidensial. Pemerintahan Indonesia terdiri atas presiden sebagai kepala negara sekaligus kepala pemerintahan. Kedudukan seorang presiden di negara yang menganut sistem pemerintahan presidensial merupakan kedudukan yang paling sakral. Presiden Indonesia didaulat sebagai nahkoda yang harus mengendalikan dan memegang kekuasaan eksekutif untuk menjalankan pemerintahan negara Indonesia selama satu periode atau 5 tahun. Rakyat akan menentukan calon presiden yang ingin mereka pilih secara bebas (tidak dipaksa) melalui kegiatan pemilihan umum (pemilu). Rakyat dengan bebas akan menentukan sendiri kandidat-kandidat calon presiden yang dinilai menurutnya memiliki kapabilitas tinggi sehingga dapat menaungi negara selama masa pemerintahan.

Tahun 2019 Negara Indonesia melakukan pesta demokrasi dalam pemilihan presiden (pilpres). Pada beberapa bulan terakhir berbagai manuver politik telah dilakukan oleh para politisi Indonesia dengan tujuan untuk mendapatkan simpati dan dukungan politik dari masyarakat. Hiruk pikuk pilpres muncul di permukaan dengan ditandai banyaknya kampanye politik seperti banyaknya spanduk dari pasangan calon presiden dan wakil presiden di setiap sudut kota dan pedesaan,

kegiatan blusukan ke berbagai daerah, iklan di media massa, dan iklan di media sosial. Kontestasi dalam pilpres 2019 tidak hanya muncul dari kalangan para elit politik saja, tetapi mereka yang berada di lingkungan masyarakat pun turut aktif dalam memperbincangkan berbagai manuver dan strategi-strategi dari setiap partai politik yang mengusung calon-calon presiden 2019.

Proses pilpres memunculkan berbagai fenomena negatif. Contohnya seperti fenomena hoaks atau berita bohong yang bertujuan untuk menjatuhkan para calon presiden satu sama lain, dan juga kerap menimbulkan munculnya ujaran kebencian. Bagi mereka yang menggunakan media sosial, tentunya begitu akrab dengan berita hoaks dan ujaran kebencian yang setiap hari bermunculan secara masif dan dapat menimbulkan fitnah serta mencederai proses demokrasi di Indonesia. Dengan kurangnya pemahaman dan pengetahuan mengenai politik, sering kali menyebabkan masyarakat menjadi skeptis dan apatis terhadap berbagai proses demokrasi yang sedang berjalan. Ancaman lonjakan angka golput pun menghantui proses penyelenggaraan pilpres 2019 khususnya di kalangan generasi milenial yang kerap dianggap bersikap apatis terhadap proses politik selama ini, karena banyaknya berita hoaks dan ujaran kebencian yang meluas di media sosial.

Koordinator Pusat Peneliti Politik LIPI, Sarah Nuraini Siregar menyatakan, berdasarkan hasil survei lembaganya, ada sekitar 35 persen sampai 40 persen pemilih dalam Pemilu 2019 didominasi generasi milenial. “Atau jumlahnya sekitar 80 juta dari 185 juta pemilih” (Tirto.id, 2018, para.1). Dengan cukup banyaknya jumlah pemilih dari generasi milenial maka dapat dipastikan akan sangat berpengaruh pada proses pilpres 2019. Dalam hal ini, partisipasi politik generasi

milenial tentu sangat substansial karena dari persentase jumlah pemilih, generasi milenial ini akan ikut andil dan menyumbangkan suara cukup banyak pada pilpres 2019.

Menurut Proyeksi Penduduk Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS), masyarakat dengan usia 20-34 tahun disebut secara sederhana sebagai kelompok generasi milenial. Laporan dari BPS menjelaskan bahwa kelompok masyarakat pada usia itu, setidaknya, akan menyumbang 23,95 persen dari total populasi manusia di Indonesia. BPS memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia mencapai 265 juta jiwa pada tahun 2018. Pada tahun 2019, jumlah mereka diproyeksi sebanyak 23,77 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 268 juta jiwa. Artinya, hampir seperlima penduduk di Indonesia adalah dari kelompok generasi milenial.

Pemilu 2019 akan diikuti oleh 185.732.093 pemilih dalam negeri dan 2.049.79 pemilih luar negeri. Data tersebut adalah data Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2019 yang diperoleh dari KPU. Angka DPT itu jumlahnya tidak jauh berbeda dengan proyeksi data BPS untuk jumlah penduduk untuk usia produktif (20-75 tahun) pada 2019, yakni 175.144.400 jiwa (Tirto.Id, 2018, para.5). Asumsi proyeksi data BPS dengan DPT dapat dipergunakan dalam menentukan proyeksi jumlah kelompok generasi milenial. Melihat data ini pula, dapat disimpulkan bahwa pemilih muda berpotensi untuk menentukan suara dalam partisipasi Pemilu 2019. Kelompok milenial setidaknya menyumbang 23 persen dari total keseluruhan suara pada pemilu 2019. Angka 23 persen tentunya akan cukup berpengaruh pada perhitungan suara pemilu 2019.

Literasi politik tentunya sangat dibutuhkan oleh generasi milenial dalam menghadapi pemilu dan pilpres 2019. Dengan terpenuhinya pengetahuan politik, mereka dapat menghilangkan sikap skeptis dan apatis serta menumbuhkan rasa optimis dalam menghadapi pilpres 2019, juga agar mereka bisa memilih kandidat calon presiden mana yang sesuai dengan pemikiran politik mereka. Literasi politik dipahami sebagai kemampuan masyarakat untuk mendefinisikan kebutuhan mereka akan substansi politik. Literasi politik juga dapat disebut sebagai kegiatan pencernaan pengetahuan politik sehingga masyarakat mampu membandingkan dan mengevaluasi berbagai tawaran politik yang diberikan kepada mereka. Literasi politik tidak semata mengenai konsep normatif saja, melainkan bauran antara pengetahuan kemampuan dan sikap politik.

Semakin berkembangnya zaman, media konvensional seperti televisi dan koran sudah semakin ditinggalkan masyarakat, khususnya generasi milenial. Proses peralihan penggunaan media konvensional ke media baru tentu tidak lepas dari kehadiran internet. Generasi milenial saat ini lebih banyak menghabiskan waktu mereka dengan menjelajahi internet untuk mengakses informasi dibandingkan menggunakan media konvensional. Dengan pergeseran dan perubahan gaya hidup seperti sekarang, generasi milenial banyak yang lebih memilih untuk menggunakan media baru dibandingkan dengan media konvensional karena menurutnya media sosial lebih praktis, dengan perkembangan itu pun akhirnya muncul media baru yang disebut sebagai media sosial.

Media sosial merupakan sebuah media *online* atau media baru yang digunakan oleh penggunanya sebagai media untuk berkomunikasi, berinteraksi

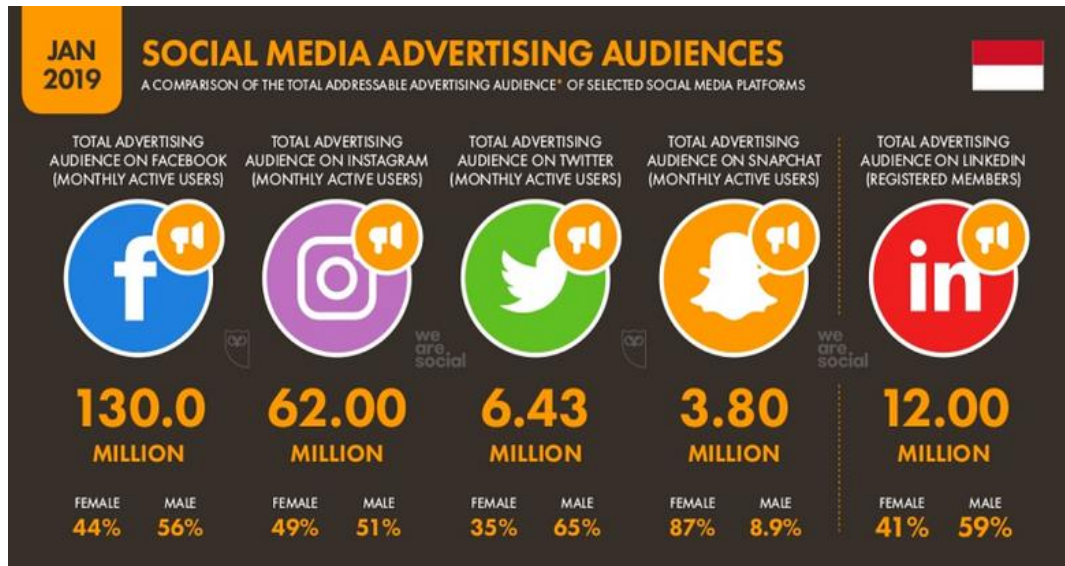
serta mencari informasi. Media sosial adalah sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara *online* atau melalui jaringan internet. Kini banyak sekali jenis media sosial yang biasa digunakan oleh masyarakat, seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan lain-lain.

Twitter adalah salah satu media sosial yang sering digunakan oleh generasi milenial saat ini. Twitter merupakan sebuah layanan *social networking* yang termasuk dalam kategori *microblogging*. Maksud *microblogging* disini yaitu sebuah layanan *blog* singkat dalam sebuah paragraf. Twitter adalah suatu tempat layanan informasi yang isinya bisa kita tulis oleh penggunanya sendiri dan bisa dibagikan kepada banyak orang di seluruh dunia. Twitter terdiri dari pesan singkat hanya 140 karakter, pesan ini diibaratkan kicauan burung yang dinamakan *tweet*.

Generasi milenial yang tumbuh bersamaan dengan berkembangnya teknologi tentu saja sangat akrab dengan internet dan media sosial. Bagi generasi milenial akses terhadap internet dan media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan primer. Pengguna Twitter, berdasarkan data PT Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. (kominfo.go.id, 2018, para.6).

Menurut lembaga survei We Are Social and Hootsuite menjelaskan bahwa di Indonesia terhitung dari bulan Januari 2019, pengguna aktif Twitter menduduki peringkat ke 3 dengan 6,43 juta pengguna aktif setiap bulannya dibawah Facebook dan Instagram. Berikut adalah gambar presentase pengguna media sosial yang ada di Indonesia menurut lembaga survei We Are Social and Hootsuite:

Gambar 1.1
Persentase Pengguna Sosial Media



Sumber: Wahyunanda Kusuma pertiwi, 2019 (Tekno.kompas.com).

Berdasarkan demografi pengguna Twitter di Indonesia, menurut Dwi Ardiansyah (Country Industry Head Twitter Indonesia dan Malaysia) pengguna Twitter laki-laki sebanyak 53 persen dan perempuan 47 persen. Dari segi usia, rentan umur 16-24 tahun merupakan yang mayoritas menggunakan platformnya. Kemudian disusul oleh umur 23-34 tahun sebanyak 36 persen, umur 35-44 tahun sebanyak 18 persen, 45-54 tahun sebanyak 3 persen, dan 55-64 tahun sebanyak 1 persen. Pengguna Twitter Indonesia juga disebutnya 42 persen aktif setiap hari (Itworks.id, 2019, para.7). Dari persentase itu dapat dilihat bahwa pengguna aktif Twitter kebanyakan dari kalangan generasi milenial.

Media sosial Twitter tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja. Saat ini Twitter juga digunakan sebagai salah satu media untuk praktek komunikasi

politik oleh para aktor-aktor politik. Twitter juga telah banyak digunakan sebagai alat untuk praktek literasi politik yang tentunya membantu generasi milenial dalam menggali informasi dan pengetahuan seputar politik. Twitter merupakan media yang dapat digunakan untuk melakukan praktek literasi politik yang cukup efisien bagi generasi milenial. Dengan demikian dalam kasus pilpres ini menarik untuk diteliti bagaimana penggunaan media sosial Twitter sebagai media literasi politik oleh generasi milenial.

Manusia sebagai *Zoon Politicon* (makhluk sosial) tentunya tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Manusia senantiasa berhubungan dan berinteraksi dengan manusia lainnya dalam mengarungi kehidupan mereka. Manusia selalu ingin mengetahui seputar lingkungan sekitar tempat dimana mereka hidup, bahkan manusia ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa selalu ingin tahu ini memaksa manusia memerlukan kegiatan komunikasi.

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya diakui oleh semua manusia. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, gagasan, perasaan, seseorang dengan orang lain atau dengan dunia luarnya. Komunikasi akan membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendakdirinya sendiri ataupun kehendak dari orang lain, sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas.

Berbagai macam studi literatur menjelaskan bahwa kegiatan berkomunikasi mutlak menjadi kebutuhan manusia. Komunikasi bertujuan untuk memberikan

informasi, ide, pikiran, gagasan, atau peristiwa yang sedang terjadi. Dalam proses komunikasi, manusia sebagai pelaku komunikasi dapat saling mempersuasi satu dengan yang lainnya, baik menggunakan komunikasi verbal maupun menggunakan komunikasi nonverbal. Komunikasi merupakan suatu proses yang dinamis dan transaksional. Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional adalah bahwasanya para pelaku komunikasi dapat berubah setelah melakukan kegiatan komunikasi, dari sekedar berubah pengetahuan, berubah pandangan terhadap sesuatu, hingga dapat merubah ideologi serta perilakunya. Sebagian individu dapat berubah secara kumulatif seiring dengan seberapa sering mereka melakukan kegiatan komunikasi. Namun, ada juga sebagian individu yang bisa berubah secara langsung hanya dengan melakukan satu kali kegiatan komunikasi.

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dijelaskan maka, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan media sosial Twitter sebagai media literasi politik generasi milenial sehingga memudahkan mereka untuk menyeleksi dan memilih calon presiden yang menurut mereka memiliki kapabilitas untuk menjabat sebagai kepala negara Indonesia dan menaungi negara selama masa jabatan dalam pemilihan presiden 2019. Peneliti mengambil judul **“PENGUNAAN TWITTER SEBAGAI MEDIA LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL”** dengan metode studi kasus dalam memilih calon presiden 2019.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian dapat dirumuskan yakni, **“Bagaimana Penggunaan Twitter sebagai Media Literasi Politik Generasi Milenial”** dengan studi kasus dalam memilih calon presiden 2019. Memfokuskan mengenai bagaimana penggunaan Twitter sebagai media literasi politik generasi milenial sehingga mendapatkan pengetahuan politik dan membantu mereka dalam memilih calon presiden mana yang dinilai memiliki kapabilitas untuk dipilih sebagai presiden indonesia periode 2019-2024.

1.2.2 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan pertanyaan masalah adalah:

1. Bagaimana penggunaan media sosial Twitter sebagai media literasi politik bagi generasi milenial.
2. Bagaimana bentuk Interaksi Sosial dari penggunaan Twitter mengenai literasi politik oleh generasi milenial.
3. Bagaimana bentuk Integrasi Sosial dari penggunaan Twitter mengenai literasi politik oleh generasi milenial.
4. Bagaimana bentuk (*Acces, Analys, Evaluation, Content Creation*) dalam penggunaan Twitter sebagai media literasi politik dalam memilih calon presiden 2019 oleh generasi milenial.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat ujian dari sidang strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas. Adapun tujuan lainnya yaitu:

1. Mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Twitter sebagai media literasi politik bagi generasi milenial.
2. Mengetahui bagaimana bentuk Interaksi Sosial dari penggunaan Twitter mengenai literasi politik oleh generasi milenial.
3. Mengetahui bagaimana bentuk Integrasi Sosial dari penggunaan Twitter mengenai literasi politik oleh generasi milenial.
4. Mengetahui bagaimana bentuk (*Acces, Analys, Evaluation, Content Creation*) dalam penggunaan Twitter sebagai media literasi politik dalam memilih calon presiden 2019 oleh generasi milenial.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta bisa dijadikan sebagai masukan atau sumbangan pengetahuan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan judul. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi ilmiah guna memperkaya literatur baik dalam penelitian terkait, maupun penelitian yang bertopik serupa.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan, dapat dijadikan gambaran dalam bidang Ilmu Komunikasi dan juga dapat bermanfaat serta berguna sebagai sumber informasi dan tambahan pengetahuan bagi masyarakat luas. Khususnya masyarakat atau generasi milenial yang menggunakan media sosial Twitter sebagai sarana dalam mencari informasi dan pengetahuan mengenai politik.