

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH DALAM
MEMPREDIKSI PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILU 2024
(Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara)**

Oleh:
Irninta Islamiah Yusran ¹⁾
Sapar ²⁾
Universitas Muhammadiyah Palopo ^{1,2)}
E-mail:
irnita@student.umpalopo.ac.id ¹⁾
sapar@umpalpo.ac.id ²⁾

ABSTRACT

Social Media has now become an inseparable part of human life. Negative and positive impacts will always be debated in seeing the relationship between humans in social relations. This study aims to find out (1) that social media has a significant effect on voter participation, and (2) voter behavior affect significant on voter participation. The research method used is quantitative with the instrument used is a questionnaire method to 391 respondents with a sampling technique using the accidental method. Sampling with measurements using a Likert scale and structural equation modeling (SEM) research testing using the smart PLS application. The results of this study indicate that social media has an effect on voter participation as much as it can be concluded that Media (1) social media affects voter participation, (2) voter behavior affects voter participation. So it is recommended to increase voter participation so that candidates optimize the use of social media and political education for all levels of society so that voter behavior is better.

Keywords: Behavior; General Election; Participation; Social Media; Voters.

ABSTRAK

Media Sosial sekarang ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia Dampak negatif dan positif akan selalu menjadi perdebatan dalam melihat kaitan antara manusia dalam hubungan sosial. Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih, (2) perilaku pemilih berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih,.Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan instrumen yang digunakan adalah metode angket terhadap 391 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan pengukuran menggunakan skala likert dan Pengujian penelitian *structural equation modeling (SEM)* menggunakan aplikasi smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 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 mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan pendidikan politik bagi seluruh lapisan masyarakat agar perilaku pemilih lebih baik.

Kata Kunci : Media Sosial; Partisipasi; Pemilihan Umum; perilaku;Pemilih.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini membawa perubahan yang cukup besar pada kehidupan manusia. Fenomena yang banyak terjadi dalam kurun waktu beberapa tahun ini seiring perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mempengaruhi hampir semua individu namun, bukan hanya pada perorangan saja tetapi arus teknologi dan informasi dewasa ini telah memberikan perubahan bentuk kehidupan sosial manusia yang berimplikasi terhadap terjadinya perubahan situasi dan interaksi sosial individu dimana Individu kemudian dituntut agar mampu mengikuti perkembangan yang terjadi sebagai dampak dari adaptasi terhadap pembaruan dari beragam ilmu pengetahuan dan teknologi.

Penelitian yang dilakukan (Trisha Restu Swastika, 2020) tentang pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Masyarakat di pandang pada konteks Pemilu Kepala Desa yang dilaksanakan di Desa Talagasari Cikupa, dengan hasil simpulan bahwa dengan hasil uji linearitas regresi didapati persamaan $Y=24,271+0,988x$ yang berarti terdapat pengaruh positif media sosial terhadap partisipasi politik.

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan proses guna meraih kewenangan secara sah yang digelar atas keikutsertaan kontestan serta dipantau oleh badan pengawas, guna memperoleh legalitas dari masyarakat yang kemudian diresmikan dengan hukum yang berlaku. Penelitian (Polii.Ezra et al., 2019)

menyatakan hasil penelitian bahwa media sosial ternyata sangat berpengaruh terhadap Partisipasi Politik khususnya pada kaum milenial guna mengenali profil para kandidat.

Media sosial merupakan bagian media online atau media baru, saat ini keberadaannya sebagai salah satu perkembangan teknologi mulai dipakai sebagai perangkat sosialisasi dan strategi politik dikarenakan efisiensi penggunaan biaya yang rendah serta akses tiada terbatas. Pemanfaatan media sosial sebagai media dialog politik telah dilakukan pada beragam kesempatan. Penelitian (Rembang & Waleleng, 2016) menunjukkan bahwa ada peran media sosial terhadap perilaku pemilih.

Indonesia terdaftar sebagai negara terpadat ke tujuh dengan akses internet tertinggi di dunia dengan tingkat intrusi pelanggan internet Indonesia mencapai 196,7 juta pengguna atau sekitar 73,7 persen naik sebanyak 64,8 persen dari tahun 2018. mengenai alokasi terbanyak pelanggan internet tersebut terserap dalam bentuk media sosial sebesar 92 persen dengan tingkat pemanfaatan guna mendapatkan informasi dan berkomunikasi yakni sebesar 90 persen. Hal ini mengindikasikan setiap orang di Indonesia kurang lebih ada dua aplikasi media sosial di setiap perangkat yang dimilikinya. Hiruk pikuk percakapan warganet media sosial untuk pemilihan umum 2024 tumbuh lebih besar saat ini. The Strategic Research and Consulting (TSRC) memetakan narasi obrolan di media sosial Twitter pada 29 Agustus

hingga 4 September 2021 memakai kata kunci "Pemilu 2024". Hasilnya, ada 640 percakapan yang mencuat oleh 1.200 akun Twitter, dengan 35 persen ataupun 420 akun di antaranya ialah *buzzer*. Pemetaan itu menciptakan deskripsi dominan mengenai penundaan pemilu yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 (19 persen). Berikutnya obrolan terbanyak kedua merupakan *trust issue* terhadap penerapan Pemilu 2024 (17 persen). Narasi paling berpengaruh yang timbul merupakan narasi ketidakpercayaan publik terhadap penyelenggara Pemilu 2024. Selanjutnya juga ada narasi ketidakpercayaan terhadap penyelenggaraan pemilu dan ajakan untuk tidak memilih atau dikenal dengan istilah golput. (Hidayat, 2021)

Perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang maupun kelompok dengan tujuan guna memenuhi salah satu hak dan kewajibannya sebagai warga negarayakni untuk melakukan perilaku politik, contoh dari perilaku politik warga negara adalah melakukan pemilihan atau menggunakan hak pilihnya untuk memilih pemimpin atau wakil rakyat. Penelitian (Iksan, 2014) mengemukakan mengenai perilaku pemilih dengan pendekatan rasional secara parsial (Uji T) mempunyai pengaruh signifikan pada partisipasi politik masyarakat dalam pemilihan.

Salah satu faktor yang turut menentukan perilaku pemilih adalah Isu-isu dan kebijakan politik namun terdapat pula beberapa faktor penting lainnya yang turut mempengaruhi. Satu kelompok

ataupun seseorang boleh jadi memilah partai ataupun calon peserta politik sebab dipandang dari agama serta keyakinannya. Tetapi komunitas lainnya memilah berdasarkan representasi dari kategori tingkat sosialnya atau komunitas yang memilah peserta politik selaku ungkapan yang didasari perilaku loyal terhadap partai ataupun figur tokoh tertentu.

Kecepatan arus informasi melalui media dapat merubah opini masyarakat dalam satu detik, berita yang berkembang luas kemudian menjadi isu-isu tertentu sehingga isu yang ada tersebut kemudian mempengaruhi perilaku pemilih dengan menjadikannya pertimbangan pemilih untuk menentukan pilihannya. Berdasarkan penelitian (Biswas et al., 2014) dari analisis dan interpretasi terlihat jelas bahwa media sosial berperan dan berdampak signifikan terhadap perilaku memilih pemilih. Orang-orang menggunakan platform media sosial untuk melacak perkembangan politik, teknologi memainkan peran penting dalam memberikan informasi dalam waktu yang lebih singkat.

Telah menjadi perihal umum kala menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) ataupun Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) salah satu subjek ulasan adalah Pemilih baru. Fakta ini kemudian menjadi perhatian beberapa pihak yang bekepentingan dalam pemilihan. Penggunaan media sosial guna meningkatkan dukungan dan simpati pemilih ini juga ditujukan kepada pemilih pemula yaitu pemilih yang belum pernah

menggunakan hak pilihnya pada pemilihan umum. Penelitian (Abadi & Putri, 2016) menyimpulkan variabel yang sangat berpengaruh terhadap perilaku pemilih adalah perangkat penghubung yang dimanfaatkan pemilih baru guna mendapatkan berita, pemahaman dan pengenalan mengenai calon presiden.

Media informasi kemudian diyakini merupakan salah satu penyebab meningkatnya ketidakpercayaan pada penyelenggara pemilu yakni Komisi Pemilihan Umum (KPU), hal ini diperjelas terhadap berbagai kejadian serta fenomena sepanjang pelaksanaan pemilihan umum yang nampak gaduh serta menimbulkan kegaduhan dalam masyarakat. (Asa Akhrani et al., 2020)

Kecamatan Mappedeceng yang terletak di kawasan kabupaten Luwu Utara merupakan wilayah dengan unsur masyarakat yang beragam. Dapat dilihat perspektif pendidikan serta ekonominya, dimana antara populasi asli dengan pendatang mempunyai persentase yang hampir sebanding. Terdapatnya sejumlah kelompok masyarakat dan perumahan pada kawasan kecamatan Mappedeceng turut memberi pengaruh pada bentuk interaksi masyarakat yang kemudian akan memberi dampak pada perilaku memilih

2. TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet, yakni pengguna dapat dengan cepat dan mudah berperan serta, menciptakan konten seperti jejaring sosial, blog, wiki, forum dan dunia maya . Penilaian lain mengungkapkan bahwa

media sosial adalah media berbasis internet yang menjunjung tinggi kerjasama sosial serta forum jejaring sosial dengan penggunaan teknologi berbasis web yang kemudian membentuk komunikasi kepada dialog interaktif. (Rafiq, 2020)

Media sosial merupakan media di jagat maya yang membolehkan pengguna mengidentifikasi dirinya ataupun berinteraksi, berbagi informasi, berkomunikasi secara interaktif dengan pengguna lain serta menjalin hubungan sosial secara virtual. Pada media sosial, terdapat tiga tatanan yang menyatakan makna bersosial yaitu pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation) . (Nasrullah, 2015)

Menurut Mayfield (Rudi Rahman, 2017) sosial media dimaknai sebagai suatu format baru dari media online. Berikut ini beberapa indikator yang biasanya terdapat pada media sosial, yakni:

1. Participation (keikutsertaan),
Media sosial memberi andil berupa *feedback* atas ketertarikan orang-orang.
2. Openness (keterbukaan),
Keterbukaan sebagian besar media sosial dalam penerimaan suatu umpan balik serta partisipasi
3. Conversation (percakapan),
Media sosial memiliki cara berkomunikasi dengan lebih baik, yakni penggunaan metode percakapan dua arah.
4. Community (masyarakat),

Media sosial memungkinkan kelompok terbentuk secara cepat serta dapat mengaktifkan komunikasi disebabkan karena kelompok tersebut merupakan tempat berbagi dan minat yang serupa.

5. Connectedness

(menghubungkan),

Perkembangan secara luas berbagai jenis sosial media adalah karena interaksi mereka.

Perilaku Pemilih

Perilaku memilih yaitu aktifitas penggunaan suara oleh seseorang yang berhubungan kuat dengan tindakan dalam penentuan keputusan guna memilih atau tidak memilih (*to vote or no to vote*) pada pemilihan. maka, seorang pemilih memutuskan akan memilih ataupun mendukung peserta politik tertentu. (Surbakti, 2010).

Perilaku pemilih adalah partisipasi warga masyarakat pada penyelenggaraan pemilihan umum dan keputusan pilihan politik yang dipilih masyarakat pada pemilihan umum. Salah satu bentuk partisipasi politik dalam penyelenggaraan pemilihan umum adalah keterlibatan pemilih, selain merupakan bentuk partisipasi yang paling elementer. (Hemay & Munandar, 2016)

Perilaku pemilih menarik untuk dikaji, hal tersebut disebabkan perilaku pemilih selalu mengubah pilihannya politiknya dari pemilu ke pemilu lainnya, Perilaku yang berubah tersebut bisa saja dulu menggunakan hak pilih

namun sekarang tidak, dulu perilaku konsisten sekarang tidak, dulu perilaku masa bodoh saja namun sekarang ikut aktif. Perilaku pemilih seperti ini tentu mempengaruhi perolehan suara dan kekuatan partai politik. Perilaku memilih ini di tentukan oleh tujuh domain kognitif yang berbeda dan terpisah. (Ahmad Mustanir, 2016)

1. Isu serta kebijakan politik (issues and policies).
2. Citra sosial (social imagery)
3. Perasaan emosional (emotional feelings)
4. Citra kandidat (candidate personality)
5. Peristiwa mutakhir (currents events),
6. Peristiwa personal (personal event)
7. Faktor-faktor epistemik (epistemic issues).

Partisipasi Pemilih

Kata partisipasi berasal dari bahasa Inggris, "*participation*" lazimnya dimaknai sebagai peran warga Negara secara aktif dalam berbagai aktivitas tertentu. (Sitepu, 2012)

Partisipasi Pemilih yakni aktivitas dari seorang warga negara menggunakan hak pilih atau hak suara (voting) pada penyelenggaraan pemilihan (legislatif, presiden dan kepala daerah). (Putri, 2017)

Meskipun dasarnya untuk membuat seseorang agar mau ikut berperan serta bukanlah hal mudah, masih saja ada yang merasa enggan ikut terlibat sementara partisipasi masyarakat

guna mempengaruhi kebijakan pemerintah memiliki dampak terhadap masyarakat itu sendiri, apabila masyarakat menetapkan kebijakan yang positif, kemudian didukung dengan pelaksanaan dan pengawasan yang baik, maka hasilnya pun akan menjadi baik. Namun, apabila masyarakat kemudian menjatuhkan pilihan kepada seorang pemimpin yang salah dalam makna pemimpin yang tidak jujur dan amanah, tentunya masyarakat itu sendiri yang akan dirugikan.

Menurut Miriam Budiarjo (Suriyanto, 2018) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi pemilih pada penyelenggaraan suatu pemilihan yaitu :

1. Sosial Ekonomi

Merupakan kelas atau kategori pribadi pada suatu komunitas sosial. Penilaian dapat diukur melalui indikator kombinasi yang terdiri atas dua atau tiga komponen utama status sosial, yakni pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

2. Politik

Partisipasi politik masyarakat berbasas kepada politik dalam menetapkan suatu produk akhir. Unsur tersebut mencakup dialog politik, persepsi politik yang berhubungan dengan pemahaman, minat serta kepedulian seseorang kepada lingkungan masyarakat. Pada faktor politik serta pengetahuan masyarakat terdapat proses pengambilan keputusan yang

turut menentukan pola serta pedoman suatu keputusan yang akan diambil.

3. Fisik Individu dan Lingkungan

Popularitas calon adalah satu hal yang cukup berpengaruh dalam suatu proses pemilihan. Ketika masyarakat mengenal figur serta sepak terjang seorang kandidat secara baik, maka dapat dipastikan bahwa setengah dari rasa percaya telah terbentuk , kemudian diikuti oleh pengalaman serta rekam jejak sang kandidat sehingga memiliki daya tarik tersendiri pada publik masyarakat

4. Nilai Budaya

Adalah nilai dasar pembentuk demokrasi, hakekatnya adalah politik baik dan beretika ataupun teknik dan peradaban masyarakat. Unsur ini meliputi kepercayaan politik, apresiasi, wawasan dan sikap.

3. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah kuantitatif ,Populasi penelitian adalah penduduk Kabupaten Luwu Utara yakni Kecamatan Mappedeceng Sampel penelitian berjumlah 16.956 (KPU Luwu Utara, 2021) teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan rumus slovin hasil perhitungannya jumlah sampel 391 orang yaitu terdapat hak pilih pada pemilihan umum, yakni mereka yang telah berumur 17 tahun atau lebih, ataupun telah

menikah pada saat memilih. instrumen yang digunakan adalah metode angket dengan pengukuran menggunakan skala likert dan Pengujian penelitian structural

equation modeling (SEM) menggunakan aplikasi smart PLS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Sebaran responden berdasarkan Pengaruh Media Sosial(X1)

Kategori (Skala 1-5)	Frequency	Percent
Rendah (<3,33)	169	43.2
Sedang (3,33-6,66)	1	0.3
Tinggi (>6,66)	221	56.5
Jumlah	391	100.0
Rata-rata	2.13	

Berdasarkan tabel 1 diatas mayoritas pengaruh media sosial berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 56,5 persen dan 43,2

persen tergolong rendah. Secara keseluruhan rata-rata pengaruh media sosial adalah 2,13 pada skala 1 sampai 5.

Tabel 2. Sebaran responden berdasarkan Perilaku Pemilih (X2)

Kategori (Skala 1-5)	Frequency	Percent
Rendah (<3,33)	139	35.7
Sedang (3,33-6,66)	1	0.3
Tinggi (>6,66)	251	64.2
Jumlah	391	100.0
Rata-rata	2.29	

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan mayoritas perilaku pemilih berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 64,2 persen, kategori sedang 0,3 persen dan 35,7 persen

tergolong rendah. Secara keseluruhan , rata-rata perilaku pemilih adalah 2,29 pada skala 1 sampai 5.

Tabel 3. Sebaran responden berdasarkan Partisipasi Pemilih (Y)

Kategori (Skala 1-5)	Frequency	Percent
Rendah (<3,33)	70	17.9
Sedang (3,33-6,66)	2	0.5
Tinggi (>6,66)	319	81.6
Jumlah	391	100.0

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas menunjukkan mayoritas partisipasi pemilih berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 81,6 persen, kategori sedang 0,5 persen dan 17,9 persen tergolong rendah. Secara keseluruhan , rata-rata partisipasi pemilih adalah 2,64 pada skala 1 sampai 5.

2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial pada penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling Based Variance (VB-SEM) dengan bantuan software Smart PLS 3.3.

a. Hasil Uji Outer Model

Evaluasi model adalah model pengukuran dengan tujuan

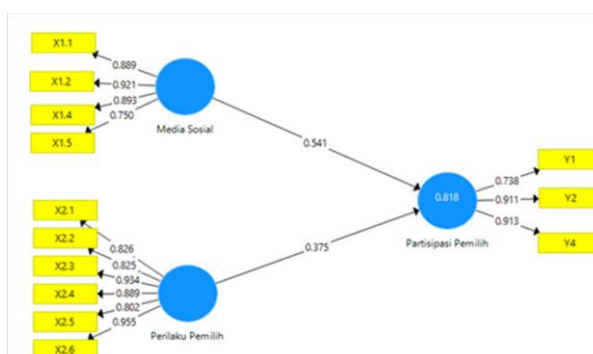
2,64 menilai validitas serta reliabilitas suatu model. (Ghozali, I., & Latan, 2015). Pengujian outer model terdiri atas:

1) Uji validitas Model

a) Outer model

Outer Model yakni Pengukuran Bagian Luar atau disebut juga dengan model pengukuran bertujuan untuk merincikan hubungan antar variabel laten serta indikator-indikatornya.

Uji *outer model* dilakukan dengan bantuan prosedur *PLS Algorithm*. (Meiryani, 2021).



Gambar 1. Outer Model SEM (Output Smart-PLS)

(1) Convergent

Validity (Loading Factor)

Uji Validitas
Convergent
validity bertujuan

menetapkan nilai
loading faktor
pada variabel
konstruk laten
dengan berbagai
indikator.

Tabel 4. Outer Loading (Convergent Validity)

INDIKATOR	MEDIA SOSIAL (X1)	PERILAKU PEMILIH (X2)	PARTISIPASI PEMILIH (Y)
Partisipasi (X1.1)	0,889		
Keterbukaan (X1.2)	0,921		
Komunitas (X1.4)	0,893		
Hubungan (X1.5)	0,750		
Isu & Keb. Politik X2.1)		0,826	
Citra Sosial (X2.2)		0,825	
Perasaan Emosional(X2.3)		0,934	
Citra Kandidat (X2.4)		0,889	
Peristiwa Mutakhir(X2.5)		0,802	
Peristiwa Personal(X2.6)		0,955	
Sosial Budaya (Y1)			0,815
Politik (Y2)			0,907
Nilai budaya (Y3)			0,865

Sumber: Hasil analisis Smart PLS

Tabel 4 tersebut di
atas menunjukkan

bahwa hasil
analisis outer

model diperoleh nilai outer loading pada masing-masing indikator variabel telah memenuhi nilai validitas dengan nilai >0,7. Oleh karena itu, model di atas dinyatakan valid.

Validitas diskriminan model bertujuan melihat tingkat validitas indikator dalam model reflektif. Nilai yang menjadi ukuran adalah *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai diharapkan >0,5.

(2) *Discriminant Validity*

Tabel 5. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada variable model SEM

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Media Sosial (X1)	0,750
Perilaku Pemilih (X2)	0,736
Partisipasi Pemilih (Y)	0,764

Pada nilai Tabel 5 di atas menunjukkan nilai AVE dari setiap variabel dalam penelitian adalah >0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable dalam model SEM yang dianalisis dinyatakan valid.

2) Reliabilitas Model
 Untuk menentukan tingkat reliabilitas model SEM nilai yang digunakan adalah *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*. Reliabilitas jenis ini berfungsi untuk mengetahui tingkat reliabilitas internal dari indikator variable.

Tabel. 6. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* pada tiap variabel

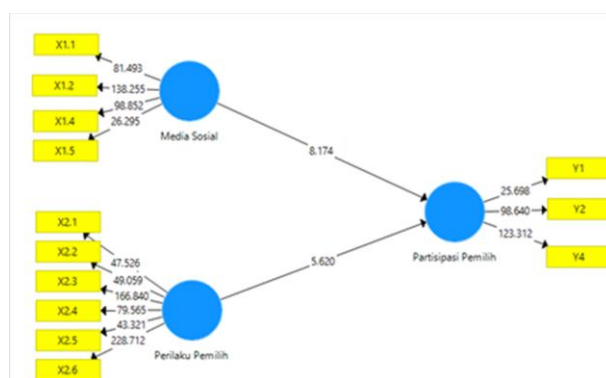
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Media Sosial (X1)	0,888	0,923
Perilaku Pemilih (X2)	0,818	0,892
Partisipasi Pemilih (Y)	0,937	0,951

Standar nilai Cronbach's Alpha suatu variable apabila dinyatakan reliabel adalah $>0,6$, sedangkan standar nilai untuk Composite Reliability adalah $>0,7$. berdasarkan nilai tabel 6 di atas diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $>0,06$ serta nilai Composite Reliability $>0,7$ sehingga dapat dinyatakan bahwa model SEM yang dianalisis telah *reliabel*.

b. Hasil Uji Inner Model

1) *Inner Model*

Pengujian *Inner Model* bertujuan menilai kaitan antara hipotesis konstruk eksogen dan endogen. langkah di SmartPLS dilakukan dengan metode *bootstrapping* guna menghasilkan nilai-nilai pengujian. *Uji Inner Model* dikenal dengan uji struktural. (Ghozali, 2011).



Gambar 2. *Inner Model SEM* (Output Smart-PLS)

2) Analisis T Statistik

Analisis T Statistik bertujuan untuk

mengetahui besarnya pengaruh antar variabel Nilai T hitung yang lebih besar dari pada nilai T Tabel menunjukkan pengaruh variabel yang signifikan. Analisis inner model SEM digunakan

untuk melihat besaran nilai T Hitung dan P Value yang juga menjadi ukuran kekuatan pengaruh variable independen terhadap variable dependen

Tabel 7. Nilai T Variable independen terhadap Variabel dependen

Variabel	T Statistic	T tabel	P Values	Cut off P Value
Media Sosial -> Partisipasi Pemilih	8,174	1.972	0,000	0.05
Perilaku Pemilih -> Partisipasi Pemilih	5,620	1.972	0,000	0.05

Berdasarkan hasil analisis T Statistik sebagaimana ditampilkan pada Tabel 7 di atas, maka uji hipotesis terhadap variabel endogen dapat dinyatakan sebagai berikut:

Hipotesis 1: Diduga (X1) berpengaruh signifikan terhadap (Y). Hasil analisis T statistik diperoleh nilai t hitung= 8.174 < t table = 1,972

dengan nilai P Value sebesar 0,000 atau lebih kecil dari pada *Cut off Value* sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel (X1) berpengaruh signifikan terhadap (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa

hipotesis 1 diterima

Hipotesis 2: Diduga (X2) berpengaruh signifikan terhadap (Y). Hasil analisis T statistik diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,620 > t_{Tabel} = 1,972$ dengan nilai P Value sebesar 0,000 atau lebih kecil dari pada *Cut off Value* sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 diterima.

3) Analisis Determinan (R Square)

Tujuan Analisis determinan adalah untuk melihat besarnya pengaruh variable independent secara bersama memengaruhi variable dependen. Hasil analisis determinan pada Model SEM disajikan pada tabel berikut

Tabel 8. Hasil analisis determinan terhadap variabel independen

Pengaruh Variabel	R Square	R Square Adjusted
Partisipasi Pemilih (Y)	0,818	0,817

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa variabel Media Sosial (X1), Perilaku Pemilih (X2) mempengaruhi Partisipasi Pemilih (Y)

sebesar 81,8 persen sedangkan 18,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan tinggi terhadap media sosial dimana berpengaruh signifikan terhadap partisipasi Pemilih dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti bahwa media sosial turut mempengaruhi partisipasi pemilih pada pemilihan umum 2024

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang disampaikan oleh Jamin (2020) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum Di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan ” yang menyatakan temuan penelitian menggambarkan media sosial ternyata memiliki pengaruh terhadap kaum milenial khususnya dalam mengenali profil para kandidat.

Hasil analisis SEM juga memperlihatkan bahwa yang memberikan kontribusi paling tinggi terhadap media sosial adalah Opennes (keterbukaan) yakni sebesar

92,1 persen. Sementara indikator yang memberikan kontribusi terendah diantara indikator variabelmedia Sosial adalah Connectednes (menghubungkan) yakni sebesar 75,0 persen.

Pengaruh Perilaku Pemilih Terhadap Partisipasi Pemilih

Berdasarkan hasil analisis tanggapan responden menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan tinggi terhadap perilaku pemilih pada masyarakat Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perilaku pemilih memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang disampaikan oleh Ari Pradhanawati, dkk (2016) dengan judul “Perilaku Pemilih Menjelang Pilkada Serentak Kota Semarang” menunjukkan minat masyarakat menggunakan hak pilihnya dalam pilkada serentak Kota Semarang

dan akan meningkatkan partisipasi politiknya .

Hasil analisis SEM juga menjelaskan indikator yang memberikan kontribusi paling tinggi terhadap perilaku Pemilih adalah peristiwa personal yaitu sebesar 95,5 persen. Sementara indikator yang memberikan kontribusi terendah diantara indikatorr variable perilaku pemilih adalah Peristiwa Mutakhir sebesar 80,2 persen.

5. SIMPULAN

Media sosial dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap partisipasi pemilih pada Pemilihan Umum 2024. Masifnya pemberitaan dan pemaparan seputar pemilu melalui media sosial menimbulkan dampak yang signifikan. Dengan adanya media sosial, para pemilih diharapkan mampu memilih pasangan calon dengan baik berdasarkan informasi benar yang tersebar luas bukan hanya ikut-ikutan saja ataupun karena politik uang. Media sosial diharapkan mampu menjadi titik terang guna terwujudnya Pemilu dengan lebih demokratis lagi kedepannya

Perilaku pemilih berpengaruh signifikan terhadap partisipasi

pemilih $0,000 < 0,05$. Masyarakat kecamatan Mappedeceng Akan meningkatkan partisipasi politik pada pemilu 2024 dengan menggunakan hak pilihnya.

Kekurangan pada penelitian ini yakni diperlukan variabel tambahan guna melanjutkan serta memperdalam proses penelitian misalnya peran teknologi pemilu dalam meningkatkan partisipasi pemilih. Sehingga dirasa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai komparasi dengan menggunakan pendekatan lain dalam menelaah pengaruh media sosial dan perilaku pemilih dalam memprediksi partisipasi pemilih pada pemilihan umum 2024, karena tidak semua tergambarkan oleh variabel yang terdapat di dalam penelitian ini

Para kandidat diharapkan lebih memaksimalkan pemanfaatan media sosial berbasis internet dalam melaksanakan kepentingan sosialisasi mereka. Informasi muatan postingan media sosial selayaknya memiliki daya tarik guna menarik perhatian dari para pemilih, Isi pesan politik dalam penyampaian informasi sebaiknya dikemas sesuai dengan karakteristik para pemilih .Hal tersebut

dilakukan supaya para pemilih dapat mengetahui informasi tentang Pemilu, khususnya informasi pasangan calon dengan sudut pandang yang lebih gampang dan tidak membosankan.

Perlu ditingkatkannya pendidikan politik bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk pemilih pemula agar tidak salah dalam menggunakan hak pilihnya untuk menentukan calon pemimpin pada pemilihan umum Tahun 2024

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai komparasi dengan menggunakan pendekatan lain dalam menelaah Pengaruh media Sosial dan perilaku memilih dalam memprediksi partisipasi pemilih pada Pemilihan Umum Tahun 2024 .

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Putri, R. A. O. (2016). *Media dan Perilaku Pemilih Pemula pada Pilihan Presiden Tahun 2014 di Kabupaten Sidoarjo*. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 87. <https://doi.org/10.21070/kanal.v5i1.1463>
- Ahmad Mustanir, I. J. (2016). *Pengaruh Kepemimpinan dan Budaya Politik terhadap Perilaku Pemilih Tawani Tolotang*. *JPP (Jurnal Politik Profetik)*, 4(1). <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jpp/article/view/2741/2584>
- Asa Akhrani L, Herani, Asqori Pohan., & Afif Alhad, M. (2020). *Kekacauan Pemilu 2019: Fenomena Firehose of falsehood dalam Relasi Sikap terhadap hoax dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Komisi Pemilihan Umum*. *Jurnal Transformative*, 6(1), 1–27. <https://doi.org/10.21776/ub.transformative.2020.006.01.1>
- Biswas, A., Ingle, N., & Roy, M. (2014). *Influence of social media on voting behavior*. *Journal of Power*, 2(2), 127–155.
- Hemay, I., & Munandar, A. (2016). *Politik Identitas Dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih*. *Jurnal Politik Universitas Nasional*, 12(1), 1737–1748.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Polii.Ezra, Z. F., Pati.Agustinus, B., & Potabuga. Jamin. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2019*. *Jurnal Politico, Vol 9(No 3)*.
- Putri, N. E. (2017). *Dampak Literasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Dalam Pemilu*. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 5(1). <https://doi.org/10.34010/agregasi.v5i1.219>
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. *Jurnal Global Komunika, Vol I.(1)* 18–29.
- Rembang, E. E. H. M., & Waleleng, G. (2016). *Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado 2016*. E-Journal “Acta Diurna,”Vol(3).
- Rudi Rahman. (2017). *Pengaruh Media Sosial dan Primordialisme terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Kabupaten Kampar Periode 2017-2022 (Studi Kasus diKecamatan Tambang)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.

Trisha Restu Swastika, I. S. U. (2020). *Pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik masyarakat dalam pemilu kepala desa*. Jurnal Generasi Pancasila, 1(1), 152–160

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Iksan, M. (2014). *Pengaruh Perilaku Pemilih Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Walikota Kota Pagaram Putaran Kedua*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu.

Suriyanto, P. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Politik Pada Pilkada Serentak Di Kabupaten Karo Tahun 2015*. Universitas Sumatera Utara, Medan.

Buku Teks

Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS edisi 3*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. BP Undip. Semarang.

Sitepu, P. A. (2012). *Studi Ilmu Politik*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Jakarta.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

KPU Luwu Utara. (2021). *Pengumuman Daftar Pemilih Berkelanjutan*. Komisi Pemilihan Umum Luwu Utara. <https://kab-luwuutara.kpu.go.id/berita/baca/7801/pengumuman-daftar-pemilih-berkelanjutan-periode-november-tahun-2021-untuk-di-ketahui>

Artikel Surat Kabar/Majalah

Hidayat, Y. (2021). *Dominasi Media Sosial dan Proyeksi Pemilu 2024*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/opini/2021/09/22/dominasi-media-sosial-dan-proyeksi-pemilu-2024>

Sumber dari internet dengan nama penulis

Meiryani. (2021). *Memahami Uji Outer Model (Pengukuran Bagian Luar) Dalam Smart PLS*. Binus University | Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12//memahami-uji-outer-model-pengukuran-bagian-luar-dalam-smart-pls>