

BAB III

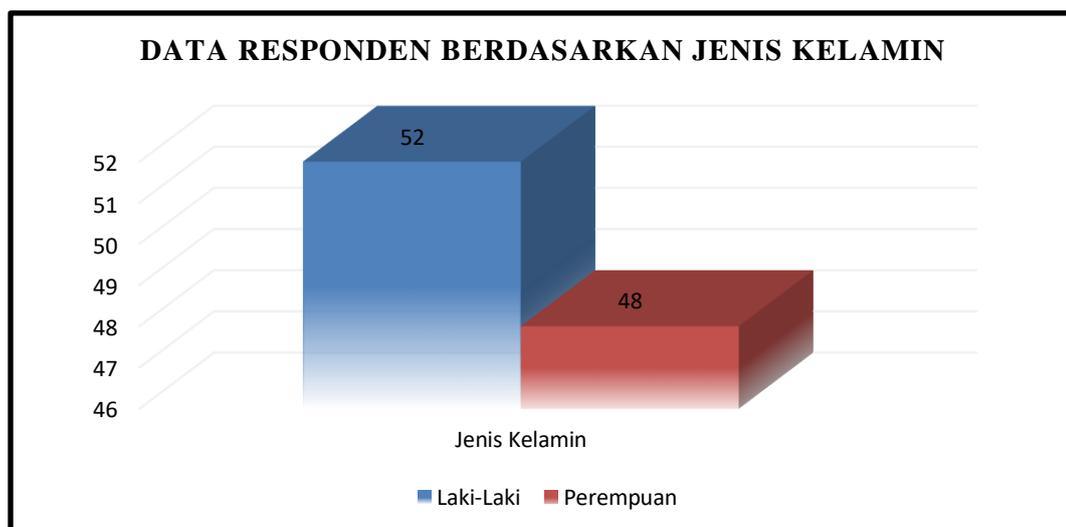
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini telah mengeksplorasi lebih jauh bagaimana pembahasan hasil penelitian terkait dengan pengaruh di dalam media sosial bagi Mahasiswa di Kota Palembang dalam menyikapi berita Politik tentang Pilpres 2019, dan ingin melihat seberapa jauh Mahasiswa mengakses berita Politik yang ada di media sosial facebook dan instagram. karna itu peneliti telah membahas lebih dalam lagi mengenai berita Politik di sosial media facebook dan instagram.

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin

Dari hasil penelitian dan pengolahan data dengan jumlah sampel 270 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 140 atau 52% responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 130 atau 48% responden, dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:

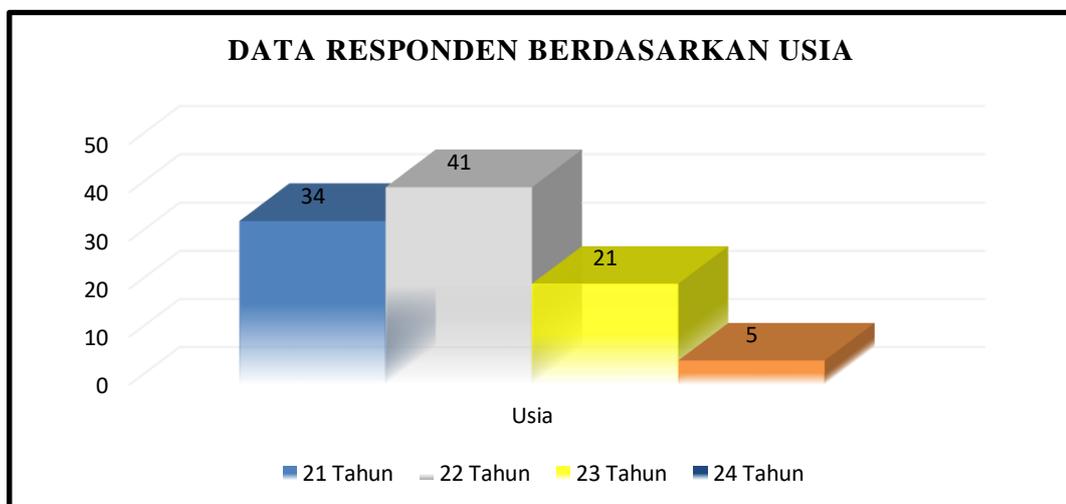


Gambar 3.1 Diagram chart data responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan kriteria responden yang di gunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan jenis kelamin yang dapat dilihat pada gambar 3.1 Diagram *chart* data responden berdasarkan Jenis Kelamin, bahwa dominan responden berdasarkan Jenis Kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 52% dari 270 responden yang mendominasi seseorang untuk berpartisipasi dalam mengungkapkan pendapat mengenai berita Politik dalam mendia sosial pada Pilpres 2019.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden. Adapun rentan usia responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berusia 21, 22, 23, dan 24, yang bertujuan agar informasi yang diperoleh lebih beragam dan mewakili kelompok usia yang dianggap dapat memberi pendapat tentang informasi terkait dengan adanya berita Pilpres di dalam media sosial facebook dan instagram. Jumlah responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:



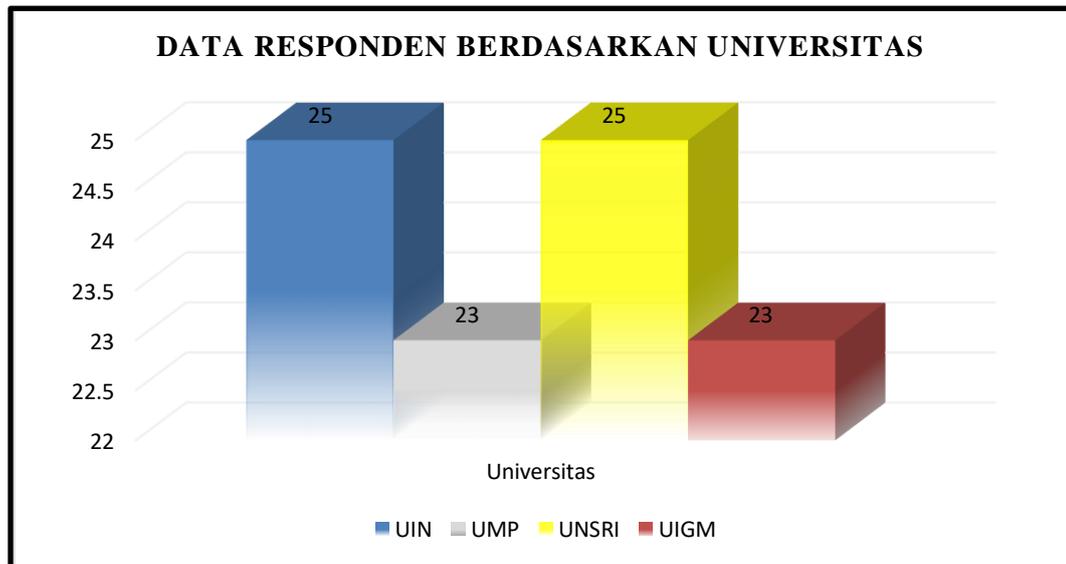
Gambar 3.2 Diagram *chart* data responden berdasarkan usia

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan umur yang beragam sebagaimana yang tampak dalam grafik 3.2 yaitu terdapat 91 atau 34% responden ber usia 21 tahun, 110 atau 41% responden ber usia 22 tahun, 58 atau 21% responden ber usia 23 tahun, dan 11 atau 5% responden ber usia 24 tahun.

Dapat dilihat pada gambar 3.2 *Diagram chart* data responden berdasarkan usia, bahwa rentan usia 22 tahun atau sebanyak 41% dari 270 responden yang mendominasi seorang untuk berpartisipasi dalam mengungkapkan pendapat mengenai berita Politik dalam sosial media mengenai Pilpres 2019.

3. Karakteristik Berdasarkan Universitas

Berdasarkan dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden dari empat kampus terbesar di Kota Palembang, adapun hasil penelitian menunjukkan terdapat 68 atau 25% responden ber kuliah di UIN (Universitas Islam Negeri) Raden Fatah Palembang, 67 atau 23% responden ber kuliah di UMP (Universitas Muhammadiyah Palembang), 68 atau 25% responden ber kuliah di UNSRI (Universitas Negeri Sriwijaya), 67 atau 23% responden ber kuliah UIGM (Universitas Indo Global Mandiri), dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:



Gambar 3.3 Diagram *chart* data responden berdasarkan Universitas

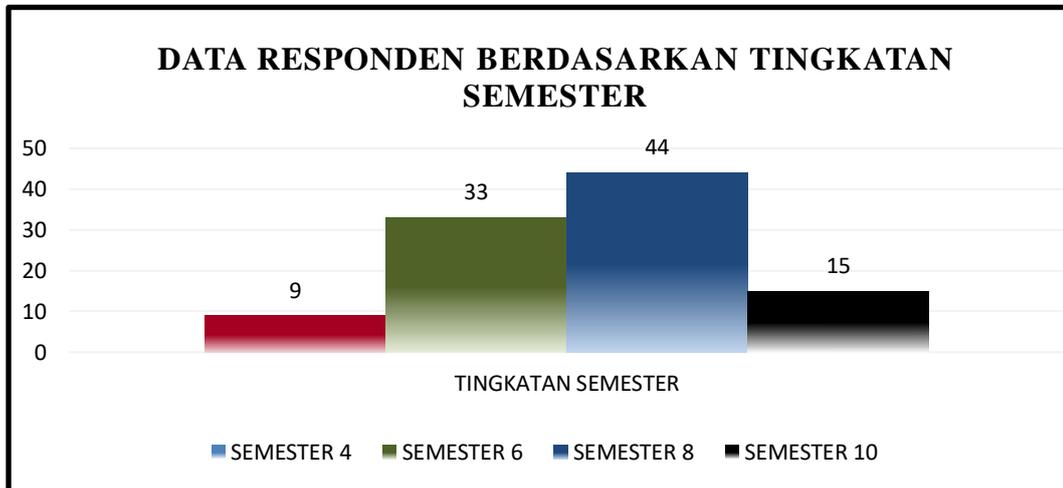
Dapat dilihat pada gambar 3.3 Diagram *chart* data responden berdasarkan Jumlah Sample di setiap Universitas, bahwa dominan responden di bagi rata yaitu sebanyak 25% untuk UIN (Universitas Islam Negeri) & UNSRI (Universitas Negeri Sriwijaya) sedangkan untuk UMP (Universitas Muhammadiyah Palembang) & UIGM (Universitas Indo Global Mandiri) sebanyak 23 dari 270 responden.

4. Karakteristik Berdasarkan Semester

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti terdapat beberapa Mahasiswa yang menduduki semester 4, semester 6, semester 8, semester 10, berikut data responden berdasarkan Semester,

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 24 atau 9% responden menempati semester 4, 90 atau 33% responden responden menempati semester 6, 118 atau 44% responden responden menempati semester 8,

dan 38 atau 15% responden responden menempati semester 10, dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:



Gambar 3.4 Diagram *chart* responden berdasarkan tingkatan semester

Dapat dilihat pada gambar 3.4 Diagram *chart* data responden berdasarkan Tingkatan Semester, bahwa dominan responden berdasarkan semester 8 yaitu sebanyak 44% dari 270 responden.

B. ANALISIS HASIL DARI JAWABAN RESPONDEN

1. Mahasiswa yang menggunakan Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti, responden yang memilih “TIDAK” menggunakan media sosial sebanyak 0% dan yang memilih “YA” menggunakan media sosial sebanyak 100% dari 270 responden, berdasarkan dari pendapat Mahasiswa yang menggunakan Media sosial.



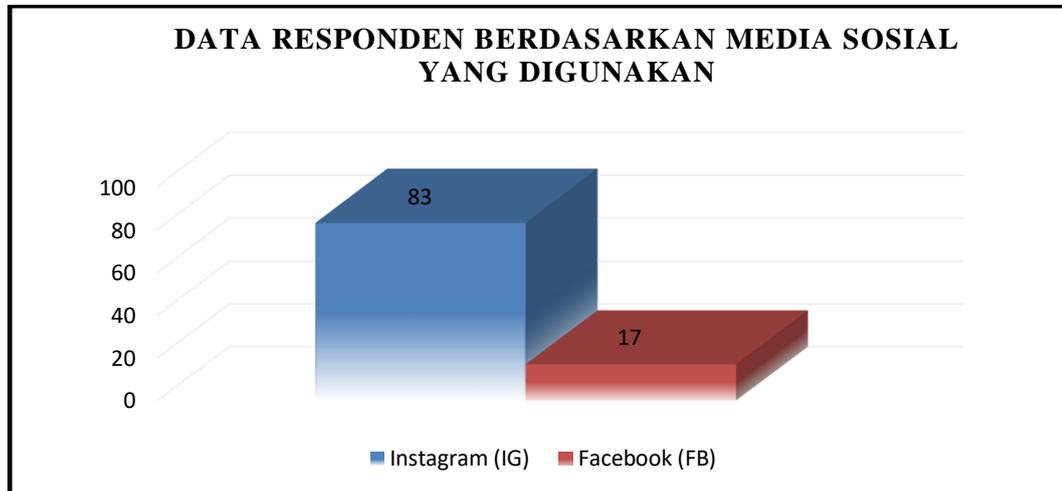
Gambar 3.5 Diagram chart data responden berdasarkan Pengguna Media Sosial

Pada zaman modern saat ini tidak ada seseorang yg tidak menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram, karena media sosial ini berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, apa lagi bagi kaum Melinian seperti Mahasiswa. Media sosial facebook dan instagram adalah suatu media yang sering bahkan hampir setiap hari di akses oleh Mahasiswa. Maka dari itu dapat dilihat pada gambar 3.5 Diagram chart data responden berdasarkan tingkatan penggunaan media sosial di kalangan Mahasiswa, bahwa dominan responden sebanyak 100% dari 270 responden yang telah diteliti menggunakan Media Sosial facebook dan instagram.

2. Media Sosial yang sering digunakan

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan penggunaan Media Sosial yang sering di gunakan. berikut data responden berdasarkan Penggunaan Media Sosial dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 224 atau 83% responden menggunakan media sosial Instagram (IG), 46

atau 17% responden menggunakan media sosial Facebook (FB), dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:



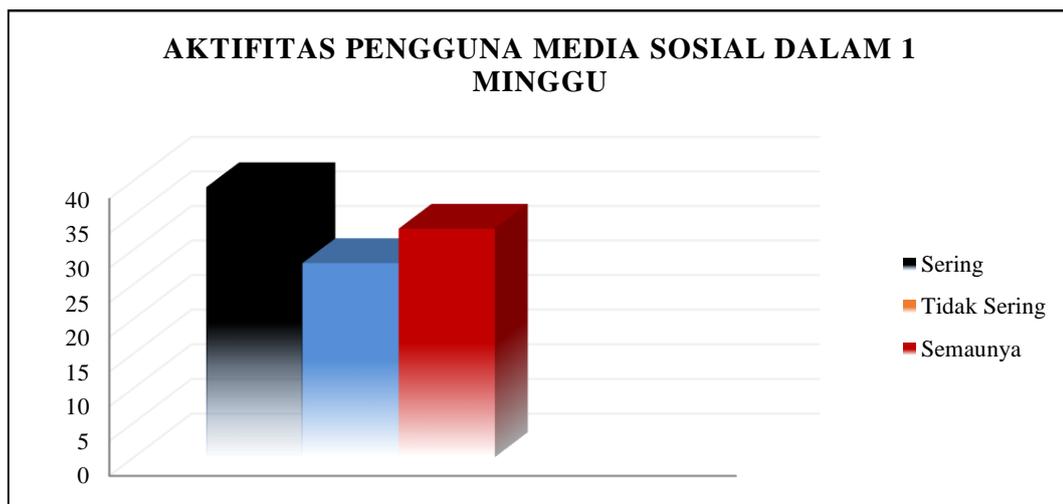
Gambar 3.6 Diagram *chart* data responden berdasarkan Penggunaan Media Sosial

Dapat dilihat pada gambar 3.6 Diagram *chart* data responden berdasarkan media sosial yang sering digunakan oleh Mahasiswa, bahwa dominan responden berdasarkan Media Sosial yang sering di gunakan yaitu media sosial Instagram (IG) sebanyak 224 pengguna atau 83% yang menggunakan instagram dari 270 responden yang telah diteliti oleh penulis. Adapun analisis dari penggunaan media sosial yang sering digunakan, disini penulis dapatkan responden lebih condong menggunakan media sosial Instagram karena bersifat privasi. Jika kita ingin orang lain tidak bisa melihat apa isi instagram kita, maka kita bisa mengunci instagram tersebut, dan Instagram memiliki beragam fitur untuk mengedit foto, Instagram mempunyai akses untuk mengikuti atau di iukuti tanpa batas. Mudah digunakan jika ingin membuka bisnis, karna orang banyak menggunakan instagram.

3. Waktu Penggunaan Media Sosial dalam 1minggu

Instrumen yang digunakan untuk mengetahui tingkat keserangan Mahasiswa menggunakan media sosial Instagram dan Facebook yang terdiri dari tiga tingkatan, yakni : sering, tidak sering, semuanya.

Dari hasil yang diteliti terdapat 106 atau 39% responden menjawab “SERING” menggunakan media sosial, 74 atau 28% responden menjawab “TIDAK SERING” menggunakan media sosial, dan 90 atau 33% responden menjawab “SEMAUNYA” menggunakan media sosial, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



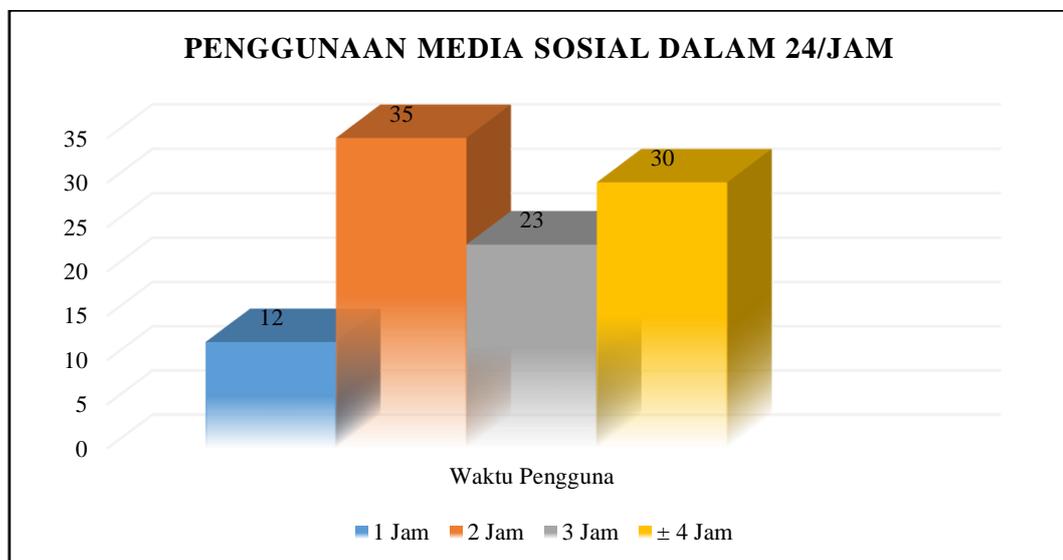
Gambar 3.7 Diagram chart dari responden berdasarkan Aktifitas pengguna

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam mengenai aktifitas penggunaan media sosial dalam 1 minggu, sebagaimana yang tampak pada pada gambar 3.7 Diagram chart data responden berdasarkan aktifitas pengguna, bahwa dominan responden sering menggunakan media sosial sebanyak 106 pengguna atau 39% dari 270 responden.

4. Waktu penggunaan Media Sosial dalam 24/Jam

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan waktu penggunaan Media Sosial dalam 24/Jam, yang terdiri dari empat tingkatan, yakni : 1 Jam, 2 Jam, 3 Jam, ± 4 Jam.

Hasil yang didapat terdapat 33 pengguna atau 12% responden menjawab 1Jam menggunakan media sosial, 95 pengguna atau 35% responden menjawab 2 Jam menggunakan media sosial, 62 pengguna atau 23% responden menjawab 3 Jam menggunakan media sosial, dan 80 pengguna atau 30% responden menjawab ± 4 Jam menggunakan media sosial, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.8 Diagram chart Waktu penggunaan Media Sosial dalam 24/Jam

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam mengenai aktifitas penggunaan media sosial dalam 24/Jam, sebagaimana yang tampak pada pada gambar 3.8 Diagram *chart* bahwa

dominan responden berdasarkan tingkat waktu penggunaan Media Sosial dalam 24/jam yaitu sebanyak 2 jam dengan jumlah 95 pengguna atau 35% dari 270 responden.

5. Bentuk berita yang sering di akses dalam Media Sosial

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan terdapat 52 atau 19% responden yang mengakses berita Politik (Pilpres), 195 atau 72% responden yang mengakses Fashion (Gaya Hidup), 23 atau 9% yang mengakses berita Kriminal (Kejahatan), yang dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:



Gambar 3.9 Diagram *chart* data responden berdasarkan berita yang sering diakses

Berdasarkan kriteria responden yang telah diteliti dari total keseluruhan responden berdasarkan Berita yang sering di akses oleh Mahasiswa, sebagaimana yang tampak pada gambar 3.9 Diagram *chart* data responden, bahwa dominan responden berdasarkan Berita yang sering di akses adalah Fashion (Gaya Hidup) yaitu sebanyak 195 pengguna atau

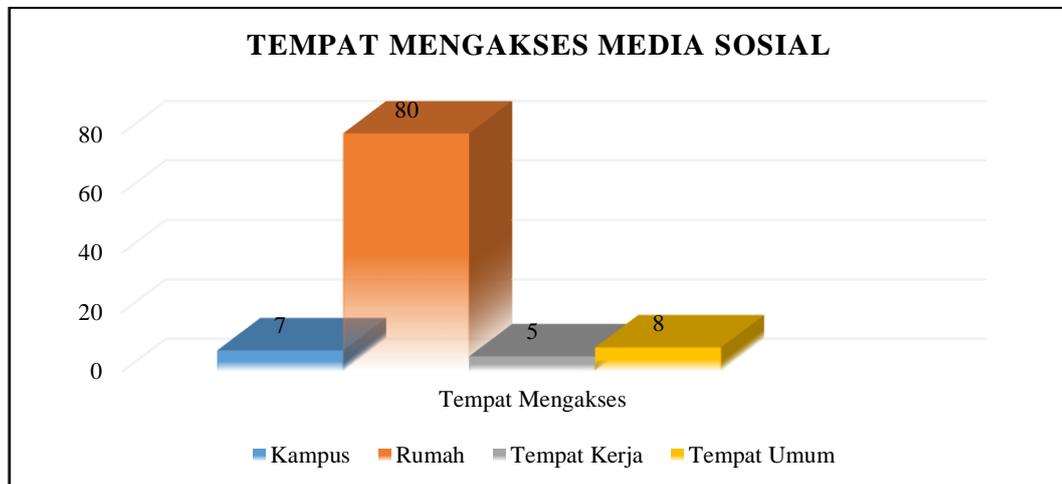
72% dari 270 responden. Analisis yang penulis dapatkan dari data di atas adalah karna adanya berita Fashion (Gaya Hidup) ini memberikan update terbaru setiap hari, seperti tutorial makeup, tutorial hijab, baju-baju yang di jual online, bahkan seperti sepatu dan tas yang dapat di simpulkan seperti belanja online, adanya Fashion ini memang lebih condong ke kehidupan Mahasiswa. Fashion yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup yang dilakukan. Seseorang yang sangat fashionable, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia modern, gaya hidup membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial.

6. Tempat yang sering di gunakan untuk mengakses Media Sosial

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. Adapun pendapat responden berdasarkan tempat yang sering digunakan untuk mengakses Media Sosial, yang terdiri dari empat tempat, yakni : kampus, rumah, tempat kerja, tempat umum.

Hasil yang didapat, terdapat 20 pengguna atau 7% responden menjawab menggunakan media sosial di “KAMPUS”, 215 pengguna atau 80% responden menjawab menggunakan media sosial di “RUMAH”, 13 pengguna atau 5% responden menjawab menggunakan media sosial di “TEMPAT KERJA”, dan 22 pengguna atau 8% responden menjawab

menggunakan media sosial di “TEMPAT UMUM”, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.10 Diagram chart tempat mengakses Media Sosial

Dapat dilihat pada gambar 3.10 Diagram *chart* data responden berdasarkan tempat untuk mengakses Media Sosial, bahwa dominan responden berdasarkan tempat untuk mengakses adalah di rumah yaitu sebanyak 215 pengguna atau 80% dari jumlah 270 responden.

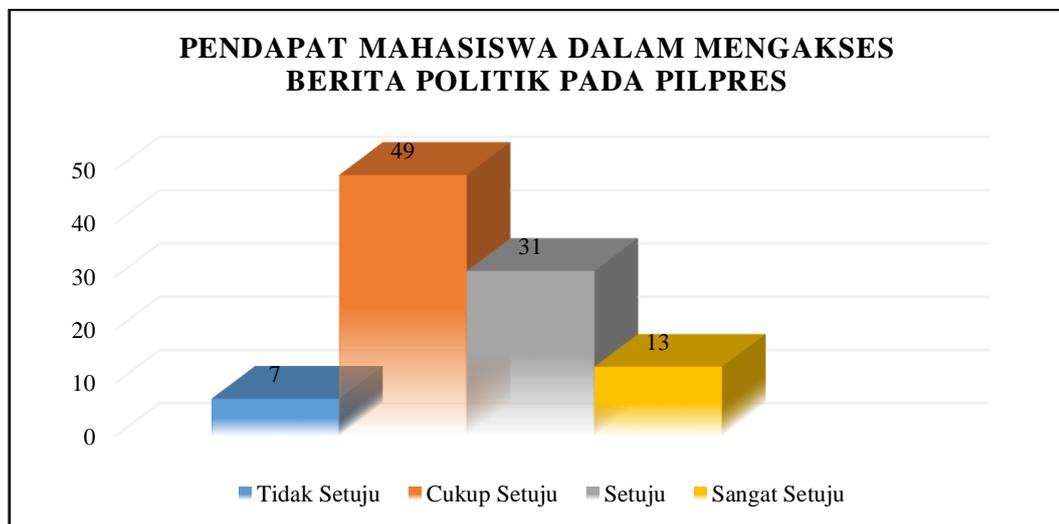
Dari jawaban diatas, bahwa responden sering mengakses media sosial dirumah dikarenakan lebih nyaman, dan aman, saya selaku peneliti sekaligus sebagai responden yang sering mengakses media sosial dirumah berpendapat bahwa menggunakan media sosial dirumah memang jauh lebih nyaman ketika berada dirumah.

7. Pendapat Mahasiswa dalam Mengakses berita Politik pada Pilpres 2019

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan pendapat Mahasiswa yang mengakses berita Politik

dalam Pilpres 2019, dari empat pendapat, yakni : Tidak Setuju, Cukup Setuju, Setuju, Sangat Setuju.

Hasil yang telah diteliti terdapat 18 pengguna atau 7% responden menjawab “TIDAK SETUJU”, 131 pengguna atau 49% responden menjawab “CUKUP SETUJU”, 86 pengguna atau 31% responden menjawab “SETUJU”, dan 35 pengguna atau 13% responden menjawab “SANGAT SETUJU”, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.11 Diagram *chart* pendapat Mahasiswa

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam mengenai apabila Mahasiswa mengakses berita Politik yang menyangkut Pilpres 2019, sebagaimana yang tampak pada gambar 3.11 Diagram *chart* bahwa dominan responden berdasarkan pendapat Mahasiswa yaitu “CUKUP SETUJU” sebanyak 131 pengguna atau 49% dari 270 responden, dimana artinya dari 131 Mahasiswa telah mengetahui peran penting dari adanya berita tentang Pilpres 2019 ini, dan mereka

berpendapat bahwa berita tentang Politik ini mempunyai pengaruh yang besar untuk memilih calon presiden.

8. Pendapat responden yang sering mengakses berita Politik di Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari 270 kuesioner yang disebar, responden yang berpendapat “YA” sering mengakses berita Politik di media sosial sebanyak 182 pengguna atau 67% dan yang berpendapat TIDAK sering mengakses berita Politik di media sosial sebanyak 88 pengguna atay 67%, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.12 Diagram *chart* pendapat Mahasiswa

Dapat dilihat pada gambar 3.12 Diagram *chart* data responden berdasarkan pendapat Mahasiswa dalam mengakses berita Politik, bahwa dominan responden yang menjawab “YA” sebanyak 67% dibandingkan responden yang menjawab “TIDAK” sebanyak 33%.

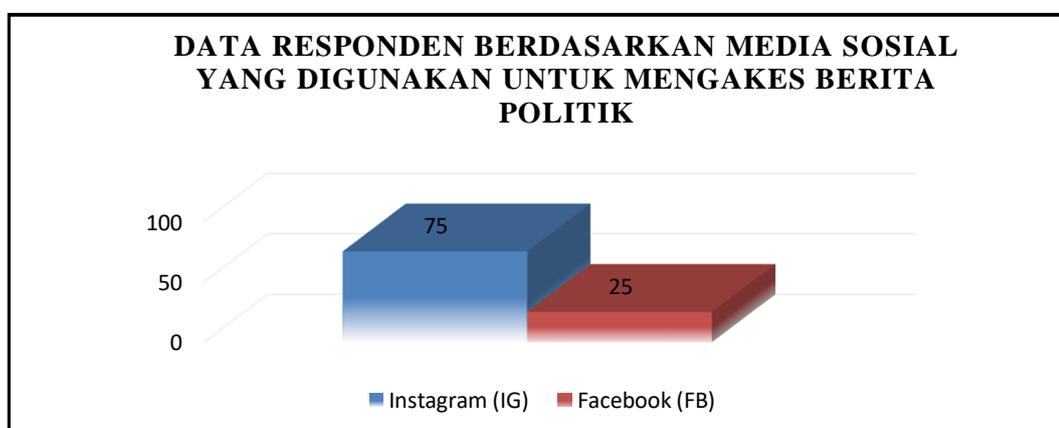
Dimana artinya bahwa Mahasiswa telah mengetahui adanya berita Politik di media sosial saat ini, karena media sosial punya pengaruh besar

terhadap pilihan Politik generasi muda. Politik sangat erat hubungannya dengan media, karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal Politik. Ketika pendapat umum tersebut dapat ter 'set' seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media. Antara dunia Politik atau Politik praktis dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi.

9. Media Sosial yang sering di gunakan oleh Mahasiswa untuk mengakses berita Politik

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan Media Sosial yang sering digunakan dalam mengakses berita Politik.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 205 pengguna atau 75% responden menggunakan Media Sosial Instagram (IG), 65 pengguna atau 25% responden menggunakan Media Sosial Facebook (FB), dapat dilihat pada diagram *chart* berikut ini:

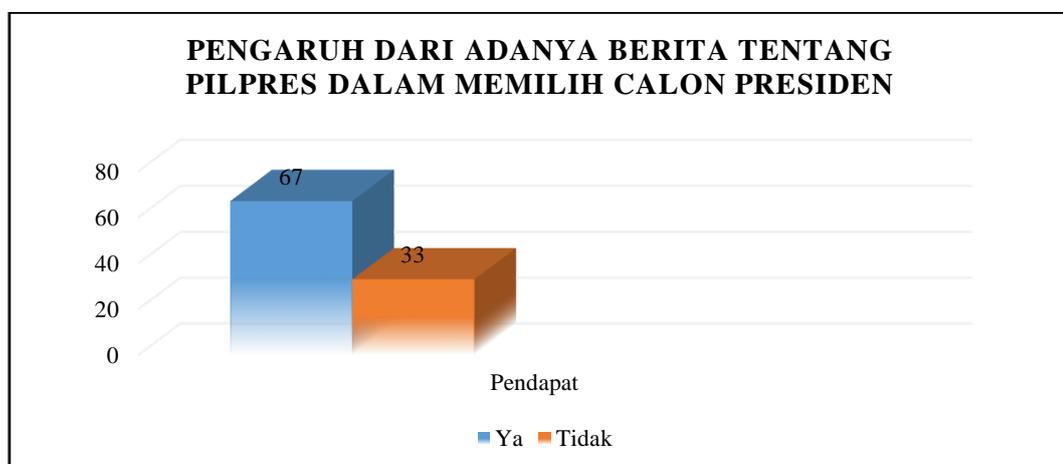


Gambar 3.13 Diagram *chart* data responden berdasarkan Penggunaan Media Sosial

Dari penyebaran kuesioner yang telah disebar oleh peneliti sebanyak 270 kuesioner, dapat dilihat pada gambar 3.6 Diagram *chart* data responden berdasarkan media sosial yang sering digunakan oleh Mahasiswa untuk mengakses berita Politik dalam Pilpres 2019, bahwa dominan responden berdasarkan Media Sosial yang sering di gunakan yaitu media sosial “Instagram (IG)” sebanyak 205 pengguna atau 75% yang menggunakan instagram dari 270 responden.

10. Pengaruh dari adanya berita tentang Pilpres di Media Sosial dalam memilih calon Presiden 2019

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari 270 kuesioner yang disebar, berikut data responden berdasarkan pengaruh dari berita Pilpres dalam memilih calon Presiden 2019, yakni : YA, TIDAK. responden yang berpendapat “YA” sering mengakses berita Politik di media sosial sebanyak 182 pengguna atau 67% dan yang berpendapat TIDAK sering mengakses berita Politik di media sosial sebanyak 88 pengguna atau 33%, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.14 Diagram *chart* responden tentang berita Pilpres dalam memilih calon Presiden

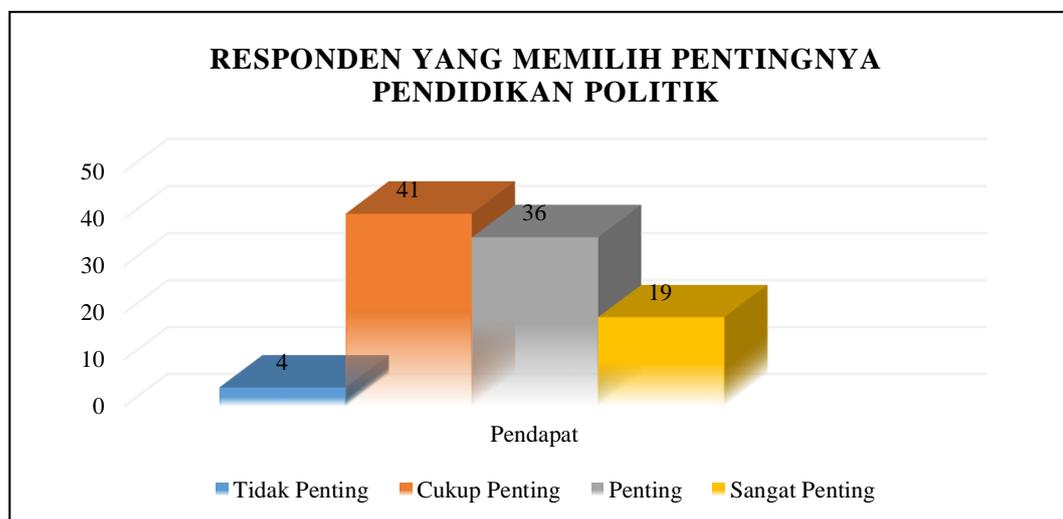
Dapat dilihat pada gambar 3.14 Diagram *chart* data responden berdasarkan pendapat Mahasiswa dengan adanya berita tentang Pilpres di media sosial dalam memilih calon presiden, bahwa dominan responden yang menjawab “YA” sebanyak 67%, Karna adanya informasi yang diterima dari media sosial yang menyajikan berita-berita Politik memberikan implikasi terhadap pengetahuan Politik Mahasiswa. Kekuatan media untuk membentuk pengetahuan Politik sangat signifikan terhadap kelangsungan hidup suatu negara dan masyarakat. Termasuk didalamnya adalah kalangan Mahasiswa. Apalagi jika kita lihat pada masa sekarang setelah diberi kebebasan pers untuk memuat apa yang menjadi kejadian sebenarnya dan apa yang benar-benar terjadi pada kenyataannya. Dan bebas mengemukakan berbagai hal kepada masyarakat yang tentunya masih dalam batas-batas yang sudah ditentukan. Informasi yang diberikan oleh media sosial khususnya facebook dan instagram mengenai isu-isu Politik mengundang perhatian banyak masyarakat intelektual. dapat diartikan bahwa berita di media sosial facebook dan instagram mempunyai pengaruh besar dalam menentukan calon presiden. karena media sosial punya pengaruh besar terhadap pilihan Politik generasi muda.

11. Responden yang memilih pentingnya Pendidikan Politik

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan pendapat karna adanya Pendidikan Politik di

kalangan Mahasiswa, dari empat pendapat, yakni : Tidak Penting, Cukup Penting, Penting, Sangat Penting.

Hasil yang telah diteliti terdapat 12 pengguna atau 4% responden menjawab “TIDAK PENTING”, 110 pengguna atau 41% responden menjawab “CUKUP PENTING”, 96 pengguna atau 36% responden menjawab “PENTING”, dan 52 pengguna atau 19% responden menjawab “SANGAT PENTING”, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.15 Diagram *chart* data responden berdasarkan pentingnya Pendidikan Politik

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam mengenai pentingnya Pendidikan Politik, sebagaimana yang tampak pada gambar 3.15 Diagram *chart* bahwa dominan responden berdasarkan pendapat Mahasiswa yaitu “CUKUP PENTING” sebanyak 110 pengguna atau 41% dari 270 responden, dimana artinya Pendidikan Politik sangatlah penting karena pada dasarnya Tujuan Pendidikan Politik yakni membangun pengetahuan Politik Mahasiswa, membangun karakter

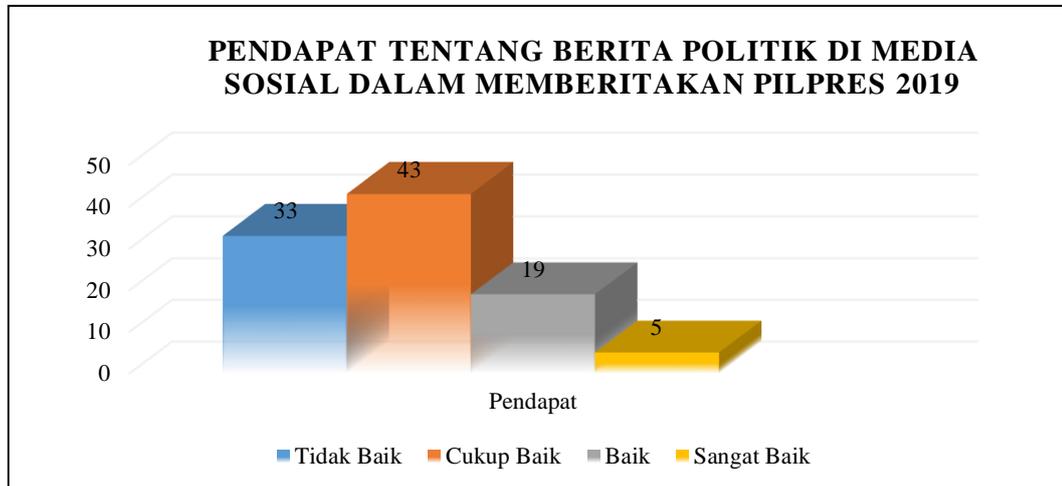
Mahasiswa, seperti bersikap kritis, terbuka, jujur dan rasional. Dengan adanya Pendidikan Politik, Mahasiswa mempunyai pengetahuan Politik yang dapat membangkitkan partisipasi Politik pada tingkat tertentu. Mereka juga secara tidak langsung dapat mempengaruhi temannya untuk turut serta dalam berdemokrasi. Pentingnya Pendidikan Politik bagi kalangan Mahasiswa berguna untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terutama kaum millennial. Dalam hal ini, mereka bukan turut aktif dalam pemilu, namun mampu memberikan tuntutan dan dukungan kepada pemerintah demi lahirnya kebijakan yang tepat sasaran. Bukan hanya itu saja, dengan adanya pelaksanaan Pendidikan Politik untuk Mahasiswa atau kaum millennial dapat memahami antara hak dan kewajiban sebagai warga negara.

12. Pendapat tentang berita Politik di Media Sosial dalam memberitakan Pilpres 2019

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan pendapat mengenai berita Politik di Media Sosial dalam memberitakan Pilpres 2019, dari empat pendapat, yakni : Tidak Baik, Cukup Baik, Baik, Sangat Baik.

Hasil yang telah diteliti terdapat 90 pengguna atau 33% responden menjawab “TIDAK BAIK”, 116 pengguna atau 43% responden menjawab “CUKUP BAIK”, 52 pengguna atau 19% responden menjawab “BAIK”,

dan 12 pengguna atau 5% responden menjawab “SANGAT BAIK”, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.16 Diagram chart responden berdasarkan berita Politik di Media Sosial dalam memberitakan Pilpres 2019

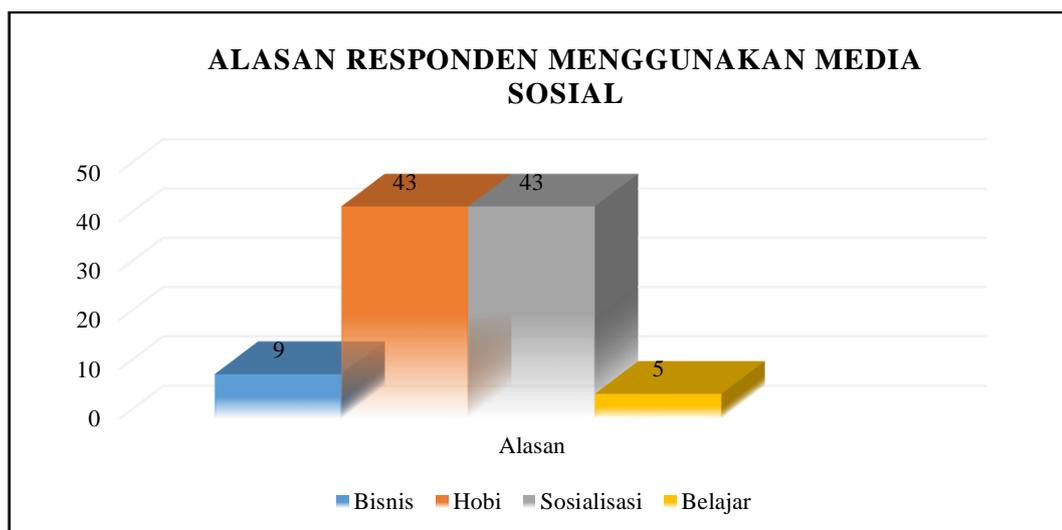
Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam tentang berita Politik di Media Sosial dalam memberitakan Pilpres 2019, sebagaimana yang tampak pada gambar 3.16 Diagram *chart* bahwa dominan responden berdasarkan pendapat Mahasiswa yaitu “CUKUP BAIK” sebanyak 116 pengguna atau 43% dari 270 responden, dimana artinya berita-berita Politik yang ada di dalam media sosial dapat mengubah sistem Politik dengan melalui pembentukan opini publik atau pendapat umum yakni, upaya pembangunan sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah Politik atau aktor Politik. Dalam kerangka ini media menyampaikan pemberitaan-pemberitaan Politik kepada khalayak. Adapun kaitan dengannya dengan teori Arus Bertahap teori ini beranggapan bahwa efek media terjadi secara tidak langsung dan

termediasi melalui opinion leaders. Opinion Leaders ini memiliki pengertian Individu yang gagasannya dan perilaku menjadi model bagi orang lain yang kemudian mengkomunikasikan pesan dan mempengaruhi sikap dan perubahan perilaku para pengikut mereka.

13. Alasan responden menggunakan Media Sosial

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data *kuesioner* dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang telah diteliti. berikut data responden berdasarkan alasan menggunakan Media, yang terdiri dari empat pendapat, yakni : Bisnis, Hobi, Sosialisasi, Belajar.

Hasil yang telah diteliti terdapat 25 pengguna atau 9% responden menjawab “BISNIS”, 115 pengguna atau 43% responden menjawab sebagai “HOBI”, 116 pengguna atau 43% responden menjawab “SOSIALISASI”, dan 14 pengguna atau 5% responden menjawab “BELAJAR”, dapat dilihat pada diagram chart berikut ini:



Gambar 3.17 Diagram chart responden berdasarkan alasan menggunakan Media Sosial

Berdasarkan kriteria responden yang digunakan sebagai subjek penelitian, dari total keseluruhan responden, terdapat perbedaan pendapat yang beragam tentang alasan menggunakan Media sosial, sebagaimana yang tampak pada gambar 3.17 Diagram *chart* bahwa dominan responden yang memilih alasan sebagai “HOBI” sebanyak 115 atau 43% dan alasan memilih “SOSIALISASI” sebanyak 116 atau 43% dari jumlah 270 responden. Dengan artian bahwa media sosial saat ini mempunyai peran sangat penting bagi Mahasiswa karena media sosial bukan hanya memberikan informasi melainkan bisa menjadi tempat untuk mendapatkan uang, sebagai contoh bisnis online dalam media sosial facebook dan instagram.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh berita Politik dalam Media Sosial Facebook dan Instagram pada Pilpres 2019

Media sosial dapat dikategorikan sebagai media massa, karena sifatnya yang terbuka untuk semua khalayak yang berhasil mengaksesnya tanpa batasan, termasuk batas geografis bahkan batasan ideologis. Media sosial memiliki kemampuan memasuki ranah pribadi khalayak. Penggunaan media sosial juga tidak mengenal ruang. Kapan dan dimana saja, seorang dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal dan dari berbagai pihak. Demikian pula, seseorang dapat membagikan informasi kepada pihak lain secara cepat dengan menggunakan media sosial, termasuk untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan Politik atau kampanye Politik.¹ Media sosial adalah situs yang mampu menghubungkan seseorang dengan orang lain, berbagi informasi maupun berkomunikasi dengan pihak lain melalui dunia maya.

Pengaruh dari berita Politik dalam Pilpres 2019 pada media sosial facebook dan instagram, dimana artinya berita-berita Politik yang ada di dalam media sosial dapat mengubah sistem Politik dengan melalui pembentukan opini publik atau pendapat umum yakni, upaya pembangunan sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah Politik atau aktor Politik. Dalam kerangka ini media menyampaikan pemberitaan-pemberitaan Politik kepada khalayak.

¹ Fitra Siagian Haidir, "Pengaruh dan Efektifitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik dalam Membentuk Opini Publik" Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1,- (Desember 2015) : hlm.23.

2. Kegunaan Media Sosial

Arti penting media sosial dalam menyampaikan pesan Politik kepada masyarakat menempatkannya sebagai sesuatu yang penting dalam interaksi Politik. Dengan kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara luas membuat pesan Politik disalurkan melalui media sosial. Semakin besar sosial yang dapat disentuh oleh media sosial, semakin strategis arti media sosial tersebut. Secara implisit hal ini menganjurkan bahwa Politik sebaiknya membangun hubungan jangka panjang dengan media sosial. Antara keduanya terdapat hubungan yang saling membutuhkan. Adanya media sosial yang berkembang saat ini di masyarakat, dijadikan sarana sebagai alat komunikasi Politik. Ketika komunikasi membahas mengenai masalah-masalah berkaitan dengan Politik, peran media sosial sendiri pun tidak bisa diabaikan. Sebagai sarana penyampain pesan Politik, media sosial dianggap cukup efektif untuk mempengaruhi masyarakat dalam berperilaku Politik.

3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Politik

Media Sosial telah merubah wajah seluruh sistem Politik secara luas dengan pesat. Meskipun tidak semua orang setuju dengan model dan gaya yang ditampilkan media televisi atau media cetak namun kebebasan media sosial saat ini, memberikan banyak pengaruh kepada Politik. Namun tidak hanya media sosial itu sendiri yang memberikan pengaruh kepada Politik, tapi Politik juga memiliki pengaruh terhadap media sosial. Pengaruh pemerintahan terhadap media, yakni studi tentang peraturan,

hukum, pengendalian ekonomi, aturan-aturan pengumpulan berita, dan penyensoran. Dalam kebijakan ini, pemerintah memiliki wewenang untuk membatasi dan memilih berita mana yang layak untuk disiarkan atau diterbitkan kepada masyarakat. Selain itu adanya pengaruh Politik bisa dilihat dari pemberitaan yang dimuat di media sosial itu sendiri, saat ini hampir seluruh bentuk media sosial membahas masalah Politik baik dalam maupun luar negeri.

Kebutuhan masyarakat akan informasi dalam berbagai hal, terutama masalah Politik dalam negerinya, membuat media sosial berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga tidak jarang media tunduk pada Politik demi memuaskan kebutuhan masyarakat yang nantinya menjadi nilai komersial untuk media itu sendiri. Sistem media mempunyai korelasi terhadap sistem sosial Politik, yang berlaku di negara di mana media beroperasi, maka kendali Politik dan ekonomi selalu menjadi faktor signifikan yang berpengaruh terhadap operasi media.

Kepemilikan media sosial saat ini, tidak hanya dimiliki oleh pelaku bisnis semata, namun lebih dari itu. Para politisi yang memiliki modal dan kekuasaan mencoba untuk menjadi pemilik media sosial demi memenuhi dan memperlancar kebutuhan Politiknya. Dunia Politik juga ditandai dengan keterlibatan media dalam hiruk-pikuk berpolitik. Media dalam hal ini diartikan secara luas, yaitu segala sarana yang terkait dengan penyampaian pesan, baik yang bersifat riil maupun simbolik, dari institusi Politik kepada masyarakat yang lebih luas.

Keefektifan media sosial dalam menyampaikan pesan Politik telah menjadikannya sebagai ajang baru pertempuran Politik. Dengan dicanangkannya deklarasi bahwa abad ini adalah Abad Informasi membuat siapa pun yang memiliki akses kepada media sosial memiliki kemampuan untuk mengai'ahkan dan membentuk opini publik sesuai dengan yang diharapkannya. Perang media merupakan suatu keniscayaan dengan adanya kemajuan teknologi. Konsekuensi logisnya, dunia Politik tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Persaingan pun muncul untuk mencari aliansi. dengan suatu media sosial guna menjamin lancarnya pesan Politik yang ingin disampaikan. Media ini tidak hanya mempengaruhi Politik dengan fokus tayangan, kristalisasi atau menggoyang opini publik, namun secara luas berdampak pada para politisi yang memiliki otoritas dalam memutuskan kebijakan publik. Media, dengan publisitas, pemasangan iklan dan ulasan beritanya, juga memiliki kemampuan yang kuat untuk secara langsung mempengaruhi meningkatnya jumlah dana dalam suatu kampanye Politik. Begitu penting dan besarnya peran berita atau ulasan-ulasan media dalam suatu pemilihan umum, maka baik staf maupun kandidat Politik sebenarnya telah menjadi media itu sendiri.