

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bertujuan pada mendeskripsikan preferensi generasi milenial Pulau Jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial. Teori *uses and gratification* digunakan sebagai dasar penelitian ini. Teori ini mempelajari bagaimana sebagai *audiens* dapat memilih atau memilah media yang hendak dipakai hal ini berguna untuk memenuhi kemauan dari masing-masing *audiens* (Harahap, 2017: 46). Konsep teori *uses and gratifications* mempunyai kesamaan persepsi dengan preferensi media ialah audiensnya berperan aktif pada penentuan media yang hendak dipakai (Nugraheni & Revia, 2019: 4). Karena individualitas mereka, reaksi orang terhadap pesan akan bervariasi. Reaksi ini dipengaruhi oleh seberapa banyak konten media dilihat (*exposure*), dipahami (*attention*), dan diingat (*perception*) (Bittner, 1980: 402). Penelitian ini memiliki tiga pendekatan yang dimana akan mewakili untuk mengemukakan hasil data, namun peneliti akan lebih menfokuskan kepada pendekatan *selective exposure*, karena hanya meneliti preferensi media sosial dan jenis informasi yang sering diakses.

Audiens menampilkan dirinya ke genre konten tertentu dengan menyetel pesan yang tidak sesuai dengan pandangan dunia mereka. (*selective exposure*). Langkah selanjutnya adalah bagian di mana praduga kita memengaruhi cara kita menanggapi pesan (*selective attention*). Proses mengingat sesuatu

kemudian dipengaruhi oleh keinginan, kebutuhan, sikap, dan kondisi mental seseorang lainnya (*selective perception*). Penelitian ini memiliki tiga pendekatan yang dimana akan mewakili untuk mengemukakan hasil data, namun periset akan lebih menfokuskan kepada pendekatan *selective exposure*.

Periset tertarik pada cara-cara di mana generasi milenial pulau Jawa membuat keputusan tentang apa yang harus dibaca dan ditonton dalam pencarian mereka untuk informasi tentang pemilihan umum mendatang pada tahun 2024. Informasi diekspos secara selektif berdasarkan kebutuhan spesifik audiens target (*selective exposure*). Penerimaan data yang disampaikan kemudian diamati dengan cermat untuk menarik kesimpulan (*selective attention*).

Penentuan ataupun selektifitas kepada suatu perihal berhubungan dengan preferensi. Pemanfaatan dan Teori ini memberikan dasar untuk memahami waktu, motivasi, dan efek selanjutnya dari peningkatan atau penurunan tingkat keterlibatan pengguna media individu (Griffin, 2012: 358). Preferensi mempunyai arti ialah sesuatu pilihan ataupun memilih yang diartikan dengan sesuatu atensi terhadap sebuah hal, alhasil preferensi bisa dimaksud sebagai sesuatu opsi penting kepada medium dipilih (Harahap, 2017: 46). Teori yang menjadi landasan dalam penelitian adanya kebutuhan mencari informasi pemilihan umum 2024.

Pengguna memiliki kendali atas konsumsi dan pengalaman media mereka sendiri (Nurudin, 2017: 192). Teori ini menganggap manusia sebagai makhluk supra-rasional dengan pemikiran rasional, bahkan jika mereka tidak sesuai dengan hukum alam dan sangat selektif media (Intan & Revia, 2019: 224).

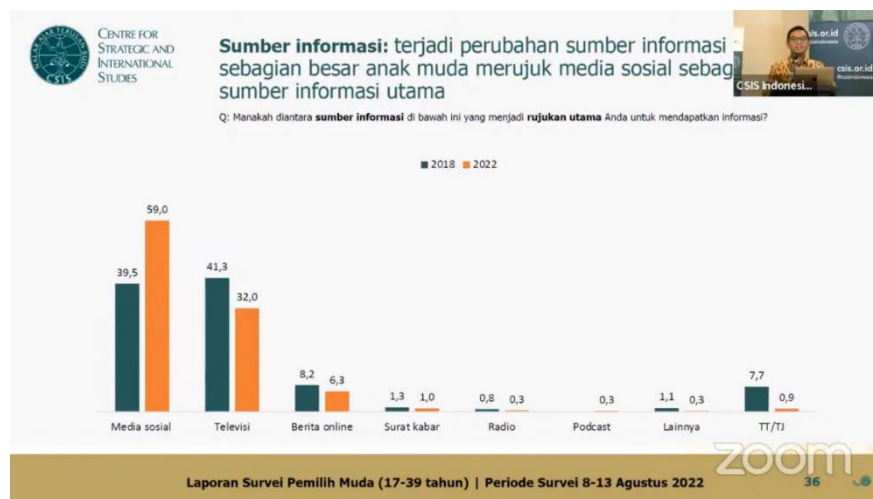
Tiap orang leluasa untuk memilah media yang diinginkan sebab keinginan tiap orang berbeda- beda. Orang yang memakai media merupakan orang yang aktif dalam memilah (berhati- hati) medium yang di inginkan (Nurudin, 2017 : 192).

Bagi Harris. G. Warren menyatakan jika pemilu yakni suatu kesempatan pada saat masyarakat memilih penjabatnya serta mengakhiri apa yang mereka mau pemerintah jalani untuk mereka (Huda, 2018: 83). Pemilu merupakan tradisi utama dalam tiap negeri demokrasi terlebih- lebih yang berwujud Republik semacam Indonesia, tradisi itu berperan guna memenuhi tiga prinsip utama ialah demokrasi, kedaulatan rakyat, keabsahan pemerintahan serta pergantian pemerintahan dengan cara tertib. Selain membahas tokoh politik, partai politik, dan peristiwa politik lainnya, biasanya membahas peristiwa politik tambahan yang juga menarik bagi media Indonesia dan internasional adalah peristiwa politik yang terjadi setiap lima tahun sekali (Nugraheni & Widyaningrum, 2020: 81).

Pemilihan umum akan diselenggarakan pada tahun 2024 dan memiliki tiga tahapan yaitu Pileg, Pilpres, dan Pilkada. Pileg yaitu pemilihan umum legislatif Indonesia dengan pemilihan umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota. Kemudian Pilpres pemilihan umum calon Presiden dan Wakil Presiden, dan yang terakhir Pilkada Pemilihan Kepada Daerah pemilihan umum Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota.

Adapun tahapan-tahapan dari pemilihan umum 2024 yang akan di selenggarakan oleh KPU yakni, tahapan pileg dan pilpres diselenggarakan serentak pada tanggal 14 Februari 2024 kemudia pilkada akan di selenggarakan pada tanggal 27 November 2023.

Gambar 1. 1 Sumber Informasi Pemilihan Muda



Sumber : csis.or.id (*Sumber Informasi Pemilihan Muda, 2022*)

Karena media sosial menjadi hal yang diperlukan ketika melakukan kampanye oleh para kandidat maka data dari sumber yang berasal dari CSIS (*centre for strategic and international studies*) mengatakan bahwa sumber informasi generasi millennial atau anak muda zaman sekarang lebih memilih media sosial menjadi platform utama untuk mencari informasi mengenai pemilihan umum 2024 maka bisa disimpulkan bahwa para peserta pemilihan umum 2024 harus mengejar media promosi dengan mediumnya adalah media sosial karena era sekarang didominasi oleh yang namanya internet yang merupakan 'media massa' dalam arti ketersediaannya tetapi tidak terlibat dalam 'komunikasi massa'

(McQuail, 2010). Fungsi media bagi *audiens* individu tampaknya memiliki kesempatan untuk mempelajari informasi baru, menerima saran, dan merasa aman atau puas dengan rasa ingin tahu mereka akan pengetahuan (Puteri, 2022: 393)

Kondisi masyarakat Indonesia saat ini memerlukan sikap dan tanggung jawab yang adaptif dari pemerintah. Faktanya, media sosial telah merevolusi kehidupan sosial masyarakat di hampir semua tingkatan dan strata (Sugeng Cahyono, 2020: 141). Karya Soerjono Soekanto (2009:275–282) Secara garis besar, penyebab perubahan sosial dan budaya menjadi :

- 1). Pertumbuhan atau penurunan populasi. Dinamika populasi dapat berfungsi sebagai katalis untuk transformasi sosial, yang mengarah pada kenaikan atau penurunan jumlah individu yang tinggal di wilayah tertentu. Pertumbuhan penduduk di suatu wilayah dapat menyebabkan perubahan dalam kerangka sosial, khususnya dalam kaitannya dengan institusi sosial. Di tempat lain, kekosongan muncul karena relokasi paksa penduduk.
- 2). Temuan terbaru Penemuan baru yang timbul dari kemajuan ilmiah, teknologi, dan intelektual yang disebarluaskan ke seluruh masyarakat, diakui, kemudian dirangkul, dan memicu transformasi masyarakat. Media sosial menjadi penemuan yang baru bagi masyarakat apalagi jika di sandingkan dengan generasi millennial yang sangat mengandalkan dunia digital di era sekarang.

Gambar 1. 2 Akun tiktok Ganjar Pranowo ziarah makam Sunan Muria guna memperoleh citra

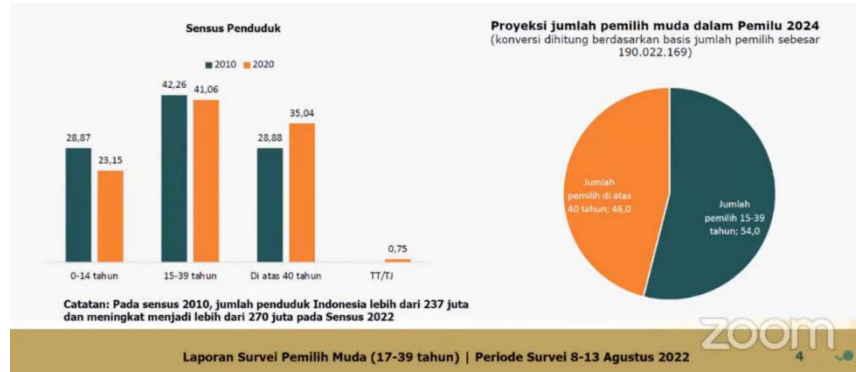


Sumber : [tiktok.com](https://www.tiktok.com) (Tiktok, 2023)

Ganjar Pranowo menjadi calon presiden di tahun 2024 hingga 2029, sedang membuat program kampanye dengan memanfaatkan media sosial seperti tiktok untuk mendapatkan iba dari masyarakat. hal ini bisa membawa nama dari seorang Ganjar Pranowo di kenal masyarakat dengan pemimpin yang tidak ketinggalan era digital sekarang.

Komunikasi melalui media sosial guna memperoleh iba dari generasi millennial wajib dibuat sekreatif mungkin, perihal ini sebab generasi millennial tidak menggemari bersifat kaku serta formal, makadari itu politisi dan legislator wajib menggunakan cara yang efektif dan sesuai dengan apa yang menjadi kesukaan generasi millennial saat ini (Febriani, 2020).

Gambar 1. 3 Proyeksi jumlah pemilih muda dalam pemilu 2024



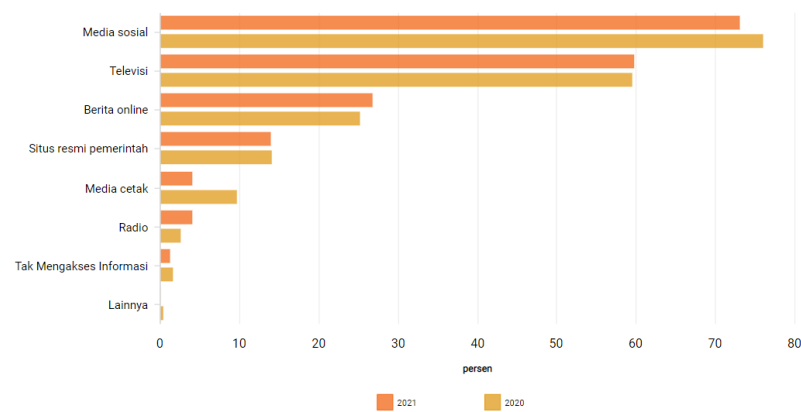
Sumber : csis.or.id (Sumber Informasi Pemilihan Muda, 2022).

Subjek dalam penelitian ini yakni genererasi millenial karena generasi ini merupakan angkatan yang sangat banyak menggunakan media sosial sebagai basis informasi. Bisa diartikan merupakan mereka yang lahir pada tahun 1980 – 2000 dengan umur berkisaran 23 – 43 tahun.

Banyaknya minat generasi millenial dalam mencari informasi tentang seputar pemilu 2024 yang ada di indonesia, tanpa di sadari pun tiap 5 tahun sekali akan ada pemilihan umum baru untuk memimpin negara Indonesia menjadi lebih baik dan sejahtera. Fakta tersebut menjadikan internet sebagai wadah bagi generasi milenial dalam mengakses informasi seputar politik. Survei yang di selenggarakan oleh CSIS Indonesia (*centre for strategic and international studies*) mengatakan bahwa jumlah pemilih dalam pemilu 2024 diisi oleh pemilih dengan berumur 15-39 tahun yang berarti termasuk dalam generasi millenial sebesar 54,0%. Bisa

disimpulkan bahwa generasi milenial memiliki kemauan atau keinginan besar dalam berpartisipasi dalam dunia politik.

Gambar 1. 4 Media informasi yang sering diakses masyarakat



Sumber : databooks.katadata.co.id (*Media Sosial Menjadi Salah Satu Sumber Masyarakat Mendapatkan Informasi (2020-2021), 2022*)

Survei yang dilakukan oleh katadata.co.id memperlihatkan hasil yang dimana sumber masyarakat mencari informasi berada di media sosial. Pada tahun 2020 sebesar 73% responden menjawab media sosial menjadi platform untuk mencari informasi kemudian dilanjut pada tahun 2021 sebesar 76% meningkat 3% dari tahun 2020 menunjukkan hasil yang konsisten dan bertambah meskipun hanya 3%. Media sosial sekarang menjadi sarana nomor 1 untuk masyarakat mencari informasi yang mereka perlukan.

Generasi millennial merupakan generasi yang dimana masyarakat sudah menggunakan teknologi sebagai kehidupan sehari-hari. Karakter dari generasi ini ialah terus menjadi terbuka, mereka sedia membuka pikiran serta membuka diri akan hal- hal terkini yang jadi tren terkini. Dikarenakan Indonesia

sementara lagi akan digemparkan dengan tahun politik yaitu 2024 maka generasi milenial mulai dari sekarang telah mencari-cari siapa calon pemimpin yang akan menjadi kepala dari negeri ini. Adapaun beberapa karakter generasi millennial yang harus dipahami oleh setiap politikus yang ada di Indonesia pada masa pemilihan umum 2024 nanti yaitu percaya diri, berorientasi terhadap kesuksesan, toleran, kompetitif, dan haus akan perhatian (Rahmawati, 2018: 15).

Periset memilih preferensi berdasarkan rentanya pertumbuhan media disaat yang dimana menjadi hal yang tabu bagi aktivitas masyarakat urban. Terdapat beberapa jenis media sosial (komunitas dan forum online, blog, jejaring sosial) (Kotler & Keller, 2016 : 643), hasil dari Penelitian ini menggunakan penelitian audiens dengan penanda profil audiens (usia, profesi, pembelajaran terbaru, konsumsi internet dan durasi akses media sosial), dan paparan media. (komunitas dan forum online, jejaring sosial, bersama aplikasi dari masing-masing).

Internet, media terbaru yang diciptakan sebagai hasil dari kemajuan teknologi, sekarang banyak digunakan oleh masyarakat. berawal pada DataIndonesia.id, menguraikan informasi hal jumlah konsumen internet di Indonesia, seperti berikut:

Gambar 1. 5 Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia



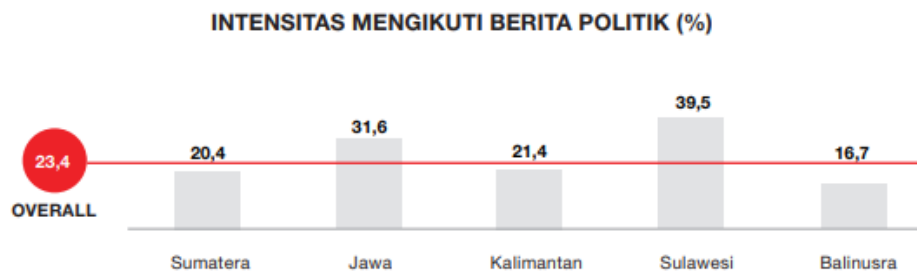
Sumber : dataindonesia.id (Pengguna Aktif Media Sosial, 2023).

Pada era sekarang informasi yang mau di sebarakan akan lebih efisien dan bisa tersampaikan dengan baik dan mudah. Khususnya pada calon yang akan membuat *brand image* yang ingin dikenal oleh masyarakat luas dengan DataIndonesia.id memberikan hasil survey yang berisi peningkatan jumlah pengguna internet tiap tahun mengalami kenaikan yang signifikan, pada tahun 2022 sebesar 191 juta pengguna. Hal ini menjadi pertimbangan yang sangat di pikirkan karena pada generasi sekarang media sosial menjadi hal yang sudah di kenal oleh masyarakat khususnya generasi millennial. Ungkapan arus data yang di informasikan melalui bermacam saluran media sebetulnya menggambarkan akibat kemajuan teknologi informasi serta komunikasi yang bisa disikapi dengan cara positif serta negatif (Prajarto et al., 2019).

Kebiasaan dalam membaca media salah satunya adalah cetak mulai ditinggalkan dan memilih untuk jalan praktis dengan membuka smartphone kemudian begitu banyak informasi yang disebar disana tanpa perlu harus menunggu esok hari pagi untuk menunggu media cetak datang memberikan informasi kepada kita.

Informasi dikira lebih berguna sebab konsumen media baru bisa memilah informasi cocok kebutuhan orang itu; lebih terpercaya sebab berasal langsung dari referensi (*first hand report*); serta terbaru sebab informasi di informasikan pada saat itu pula (*real time information*) (Prajarto et al., 2019).

Gambar 1. 6 Intensitas Mengikuti Berita Politik



Sumber : idntimes.com (*Intensitas Mengikuti Berita Politik*, 2021)

Menurut IDN Research Institute generasi millennial memiliki intensitas terhadap sesuatu yang akan mereka alami atau sedang mereka alami. Salah satunya yaitu intensitas terhadap berita politik yang mencakup salah satunya yaitu pemilihan umum 2024 di media sosial. Pulau jawa memiliki rata-rata intensitas yaitu sebesar 31,6% berada di peringkat 2 setelah pulau Sulawesi yaitu sebesar 39,5%.

Penelitian dilakukan dengan mengambil responden Generasi Millennial yang tinggal di wilayah Pulau Jawa yang berada di 6 provinsi yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI Jakarta, DIY, dan Banten, alasan menggunakan daerah tersebut karena Pulau Jawa akan menjadi pertimbangan yang harus di pikirkan oleh para calon legislatif (untuk kampanye), karena menurut *databooks* KPU tetapkan pulau Jawa termasuk pulau dengan pemilih terbanyak sebesar 54% suara yang ada di Pulau Jawa sebanyak 123,4 Juta suara.

Memahami media sosial sebagai kumpulan berbagai bentuk media online adalah cara terbaik untuk menangani fenomena yang relatif baru ini (Mayfield, 2008: 5). Media sosial ialah suatu media ataupun perlengkapan untuk tiap orang untuk saling memberi informasi bisa berupa sebuah struktur karya, *image*, *audio* serta *video* yang dapat disebar luaskan antara satu dengan yang lain. Media sosial mempunyai 3 tipe, ialah *online communities and forum*, *blogs*, serta *social networks* (Kotler & Keller, 2016 : 643). *Online communities and forum* merupakan tipe alat yang umumnya dipakai oleh segerombol orang buat melaksanakan dialog lewat posting, instant messaging serta chat mengenai sesuatu perihal. *Blogs* merupakan tipe kedua dari alat sosial yang banyak dipakai oleh orang buat menulis suatu postingan ataupun data yang terencana disebarkan buat orang-orang terdekat semacam sahabat serta keluarga, tetapi banyak orang pula yang terencana membuat konten dalam web serta diterbitkan buat warga besar, *Social networks* merupakan jaringan sosial yang ialah tipe alat sosial sangat terkenal dikala ini serta alat sangat berarti yang bisa dipakai buat berbisnis.

Tipe media sosial bersumber pada tipe *Online Communities*. Yang tercantum dalam social jaringan yang banyak dipakai ialah Telegram, Facebook Manager, Line (Digital 2023 : Indonesia, 2023). Data dari We Are Social serta Hootsuite *social network* paling banyak diakses yaitu Tiktok, Instagram, Facebook (Digital 2023 : Indonesia, 2023).

Seiring berkembangnya zaman perkembangan di dunia website seperti blog mulai menurun akan peminatnya. Menurut Antara mengatakan bahwa jumlah blogger 3,5% dari 88,1 juta pengguna internet disurvei pada tanggal 22 Oktober 2015. Bisa disimpulkan bahwa penggunaan blog di era sekarang tidak memiliki minat sama sekali daripada era 2000-an.

Penelitian ini periset fokus buat mempelajari preferensi generasi millennial dalam mengakses data pemilihan umum 2024 melalui media sosial. Periset mau mengenali tipe media sosial (komunitas dan forum online, jejaring sosial) serta aplikasi apa yang sangat banyak disukai ataupun dipakai oleh generasi milenial dalam memenuhi ambisinya ialah mencari sumber informasi mengenai pemilihan umum 2024. Subjek riset merupakan generasi milenial yang mana bagi sebagian hasil studi pada umur generasi milenial sangat banyak mengakses media sosial serta dipergunakan buat mencari informasi yang tersebar mengenai pemilihan umum 2024. Generasi millennial menjadi pemeran utama dalam pemilihan umum 2024 karena menurut data CSIS mengatakan bahwa pemilu 2024 akan di dominasi oleh 2024.

Penelitian sebelumnya dengan judul artikel jurnal dilakukan pada tahun 2017 oleh Sulaiman Harahap, dosen Fikom, Universitas Esa Unggul “Preferensi Media Masyarakat JABODETABEK dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya”. Riset Salomoan memakai tata cara survey yang membidik pada warga yang terletak di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, serta Bekasi. Dari riset Salomoan ini membagikan hasil ialah berbentuk umur serta status pada keluarga bisa pengaruhi preferensi pemakaian media. Hasil itu, orang yang biasanya semakin muda mengarah memakai media online, sebaliknya umur yang terus menjadi tua lebih mengarah memakai media cetak. Perbedaan yang signifikan adalah subjek yang dipakai adalah generasi millennial pada pulau jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 di media sosial.

Sebelumnya terdapat riset terdahulu dari Nufian S. Febriani dengan judul penelitian yaitu “Preferensi Media sosial Generasi Millennial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif” dari Universtas Brawijaya Malang. Metode yang dipakai adalah survey dengan membagikan kuesioner untuk mendapatkan hasil dari wawancara. Berdasarkan hasil dari kuesioner tersebut dinyatakan bahwa pencarioan informasi politik menggunakan media sosial sangat diminati oleh generasi millennial. Perbandingan antara periset dari judul adalah objek informasi pemilihan umum 2024 di media sosial.

Riset terdahulu yang ditulis oleh Naufian S. Febriani jurusan Ilmu Komunikasi FISIP universitas brawijaya degan judul penelitian “Preferensi Media Sosial Generasi Millennial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif” metode

yang dipakai adalah kuantitatif survey yang dilakukan kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu calon legislative lebih memperhatikan bagaimana generasi millennial dalam mengakses media sosial dan merupakan hal yang dituju untuk mendapatkan atensi dari generasi tersebut. Perbandingan dari penelitian ini adalah subjek dari periset yaitu seluruh calon pemilihan umum dalam mencari informasi melalui media sosial.

Riset terdahulu yang dilakukan oleh Y. A. Nunung Prajarto, Syaifa Tania, Mashita Phitaloka Fandia Purwaningtyas dengan judul “Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Wargaet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas” dalam penelitian ini membahas bagaimana perilaku dalam beberapa akun selebriti di Indonesia dan apa yang membuat beda dari selebriti satu dengan yang lain. Perbandingan dalam penelitian ini adalah subjek yaitu preferensi generasi millennial pulau jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial.

Riset terdahulu yang terakhir adalah “Preferensi Audiens Terhadap Elemen-elemen iklan tvc Produk Teh Pucuk Harum 2013” dari penulis Zaskia. Riset ini membahas tentang bagaimana *audiens* melihat elemen-elemen yang tertera pada iklan produk teh pucuk harum 2013 dan mengarah pada subjek *audiens* masyarakat Surabaya yang berumur 19-39 tahun hal ini yang membedakan antar peneliti yaitu periset menggunakan subjek generasi millennial pulau jawa yang berumur 20-43 tahun.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana preferensi generasi millennial pulau Jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui preferensi generasi millennial pulau jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2023 melalui media sosial.

1.4 Batasan Masalah

Objek : Preferensi mengakses media sosial pemilihan umum 2024

Subjek : Generasi Millennial yang berusia 20 – 43 Tahun

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Sosial

Generasi millennial pulau Jawa mengetahui dan memahami peran media sosial dalam penyampaian informasi sebagai sarana edukasi, edukasi tersebut berupa informasi pemilihan umum 2024 yang disampaikan melalui media sosial.

1.5.2 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan kemudiannya dapat membagikan wawasan serta uraian tentang makna teori yang terdapat di program studi Ilmu Komunikasi, yakni memahami dengan dalam mengenai teori preferensi Generasi Millennial pulau Jawa dalam mengakses informasi Pemilihan Umum 2024 melalui media sosial.

1.5.3 Manfaat Praktis

Preferensi Generasi Millenial pulau Jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial yang periset harapkan dapat memberikan kritik dan saran kepada pemilik media sosial.