

Analisis Pola Respon Pengguna Media Sosial Menjelang Pemilihan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019

Dian Sari¹

Dosen Universitas Indraprasta PGRI

Fransiska Timoria Samosir²

Dosen Universitas Bengkulu

dian.sari@unindra.ac.id¹, ftsamosir@unib.ac.id²

Abstract

Internet users in Indonesia reached 132 million people in 2018. Sosial media is the most widely used in Indonesia is facebook and twitter, even Indonesia occupies the fourth position as the most Facebook users in the world. Facebook is widely used as a means of political education in the election of regional heads until the election of ppresident and vice president in 2019. Political education is intended as a practice of political life that can directly or indirectly influence the formation of attitudes, pattern of response and appreciation of the people to their political life. It includes the political behavior of the characters acting as government leaders and political figures who sit in supra-structural institutions and political infrastructure. Therefore, political education through sosial media is aimed at introducing candidates from certain political parties in the 2019 presidential and vice presidential elections. However, ahead of the 2019 presidential and vice presidential elections, there are many links regarding political figures who stumbled overcorruption cases. The purpose of this study is to analyze the response patterns of sosial media users to the political parties participating in the election of presidential candidates and vice president 2019 who stumbled on corruption cases. The resaerch method using questionnaire. The result of this research is the majority of society using socia media in their life. Sosial media most often used is instagram and facebook. They almost all see cases of corruption in some social media. This affects their views on future leader elections.

Key word: Political Parties, Media Sosial, Presidential and Vice Presidential Elections.

A. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Ilmu Komputer (TIK) saat ini telah memberikan banyak kemudahan ditengah-tengah kita saat ini terutama di Indonesia dimana kita bisa melihat pengguna teknologi informasi ataupun internet dikategorikan kedalam cukup tinggi. Setiap masyarakat hampir sebagian besar mayoritas memiliki atau memiliki perangkat teknologi minimal handphone. Berdasarkan data pada we are sosial bahwa pengguna internet Indonesia adalah sekitar data januari bahwa populasi masyarakat Indonesia sekitar 265,4 juta jiwa dan pengguna internet di Indonesia sekitar 132,7 juta jiwa dan pengguna media sosial di Indonesia 130 juta jiwa dan pengguna handphone di Indonesia sekitar 415,7 jiwa. Hal ini dapat dilihat bahwa dengan penduduk Indonesia sekitar 132,7 juta dan pengguna mobil phone sekitar 415,7 juta jiwa bahwa ada mungkin setiap orang memiliki perangkat sekitar dua atau tiga perorangnya.

Media sosial merupakan media yang paling berkembang dikalangan masyarakat saat ini. Media Sosial menjadi media yang paling banyak digunakan masyarakat dalam berkomunikasi. Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang membagikan informasi dan memperoleh informasi. Media yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini adalah media sosial Facebook dan Instagram. Dewasa ini kita lihat begitu banyaknya informasi yang disebarakan oleh setiap orang dan setiap kelompok dimedia sosial mulai dari masalah pribadi dan sampai ke persoalan politik. Tahun ini adalah menjadi tahun-tahun menjelang pesta demokrasi di Indonesia.

Howard dan Parks dalam (Rahadi, 2017) Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Insfrastruktur informasi dan alat yang

digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital,. Media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan pihak-pihak tertentu dalam membagikan informasi mengenai pasangan dan pihak tertentu dalam pencalonan pemimpin negara kedepannya. Informasi-informasi yang dibagikan tidak hanya bersifat positif maupun bersifat negatif. Adakalanya informasi bersifat berlebihan dan kadang bersifat menjatuhkan. Banyak pendukung-pendukung pasangan tertentu berusaha untuk memberikan informasi untuk meningkatkan elektabilitas calon tertentu dan ada beberapa informasi yang mengandung unsur-unsur menjatuhkan. Begitu variatifnya berbagai informasi yang dibagikan oleh pengguna media sosial tidak sedikit yang menambah pengetahuan pengguna lain dan tidak sedikit juga menimbulkan perpecahan. Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji Analisis Pola Respon Pengguna Media Sosial Menjelang Pemilihan Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden 2019.

B. Landasan Teori

a. Teori komunikasi politik

Menurut (Almond, 1960) komunikasi politik diartikan sebagai salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Riset awal yang dilakukan oleh Campbell (Campbell, 2011) menyatakan bahwa komunikasi politik di dalam situs jejaring sosial berhubungan dengan partisipasi politik memberikan efek moderat yang signifikan bagi mereka yang berpendirian tegas, tetapi tidak bagi mereka yang berpikiran sempit, serta dibarengi dengan adanya asosiasi antara partisipasi politik secara *online* dan *offline*. Price dan

Cappella Lalolo, L dan Zainal (2018) menemukan diskusi politik meningkatkan keterlibatan warga; 60 ribu warga negara dihubungkan setiap bulan dengan diskusi tentang isu politik dan kampanye presiden. Ditemukan argumen pro dan kontra yang lebih intens atas isu-isu yang sebelum diskusi sudah mereka bicarakan.

b. Konsep Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Media sosial, seperti facebook, pada awalnya, cenderung berkait pada persoalan pertemanan. Namun, saat ini mulai banyak menyinggung ke ranah politik kekuasaan pemerintahan atau negara. Ruben dalam Wilhelm (2003) menegaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi berpengaruh secara baik terhadap proses politik. Bahkan, kemajuan komunikasi digital dengan email akan membawa pada pemberian semangat baru demokrasi.

Beberapa sarjana sosial dan komunikasi telah melakukan kajian mengenai peran media sosial dalam proses komunikasi politik. Studi terbaru proyek Excellence in Journalisme, Pew Research Center, misalnya, pada Pilpres di Amerika Serikat tahun 2008, seperti dikemukakan Direktur Project for Excellence in Journalisme, Amy Mitchell, menyimpulkan bahwa kampanye pilpres Obama telah membuat sejarah, bukan hanya karena Barrack Obama orang Amerika keturunan Afrika pertama yang terpilih sebagai presiden, melainkan juga kandidat presiden pertama yang secara efektif memanfaatkan media sosial sebagai strategi kampanye utama (Billiocta, 2014).

Di Indonesia, lembaga pengamat media sosial Politica Wave juga telah melakukan kajian pada pilpres 2014 (Billiocta, 2014). Kajian dilakukan melalui enam media, yaitu twitter, facebook, blog, online news dan youtube. Hasilnya mengungkapkan bahwa gaya kampanye dari masing-masing kubu, mempunyai cara atau strategi yang berbeda. Di tim Prabowo - Hatta, sistem komunikasi lebih terstruktur dan terorganisir. Komunikasi biasa dimulai dari akun official terkait partai atau pengurus partai, dan terdapat keseragaman dalam berkomunikasi dan menjawab isu. Sementara tim Jokowi – JK, tidak diorganisir secara baik oleh partai. Kekuatan komunikasi Jokowi - JK di media sosial justru didukung oleh banyak grup relawan. Namun, sejak debat pertama, terlihat antarkelompok relawan sudah berkomunikasi dan bersinergi dengan lebih baik. Salah satu indikatornya, pada semua debat, dukungan netizen terhadap pasangan Jokowi - JK lebih besar dari pada Prabowo–Hatta (www.merdeka.com/peristiwa/ini-beda. diakses 15 Oktober 2018). Dua contoh penelitian tersebut mengungkapkan pentingnya media sosial dalam proses politik. Sifatnya yang interaktif tampaknya membuat penggunaan media sosial dalam proses komunikasi politik menjadi semakin menarik.

c. Peran dan Fungsi Media Sosial

Dalam perkembangannya, media sosial menjadi sarana yang efektif dalam proses komunikasi politik. Seorang ahli politik, Michael Rush dan Phillip Althoff dalam (Rusnaini:2008), mengemukakan, “Komunikasi politik adalah proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik.” Proses ini terjadi secara berkesinambungan

dan mencakup pula pertukaran informasi di antara individu-individu dan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan.

Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara "yang memerintah" dan "yang diperintah". Media sosial digunakan sebagai media sosialisasi dalam hal menyampaikan berbagai informasi yang penting untuk diketahui masyarakat selama proses kampanye. Dikarenakan media sosial berbeda dengan media massa, maka masyarakat dapat memberikan respon dan menyalurkan aspirasi melalui akun sosial media sosial mereka masing-masing. Respon yang diberikanpun beragam yaitu berupa dukungan dan kritikan atau respon negatif. Melalui media sosial, komunikator bisa membangun komunikasi politik dengan para pendukungnya, membentuk opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara masif. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan modal sosial bagi pelaku politik yaitu terbukanya jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi politik masyarakat. Meskipun demikian, terdapat beberapa persoalan dalam konteks komunikasi politik melalui media sosial, diantaranya komunikasi politik dengan menyampaikan pesan-pesan komunikasi yang buruk, menjatuhkan, dan menyerang pribadi. Ini jelas menimbulkan persoalan-persoalan etis komunikasi. (Budiyono;2016).

Beberapa karakter sosial media yang perlu diketahui menurut Mayfield.(2013) adalah:

1. *Participation.*

Partisipasi yang dimaksud adalah pengguna media sosial aktif yang pernah melihat atau membagikan konten kasus korupsi tokoh partai politik

2. *Openness.*

Openness dimaksudkan melihat feedback pengguna sosial saat melihat konten mengenai kasus korupsi di halaman beranda media sosial mereka.

3. *Conversation*.

Terdapatnya diskusi antar pengguna media sosial terhadap kasus korupsi tokoh partai politik.

4. *Community*.

Terdapatnya grup di media sosial yang mendukung partai

5. *Connectedness*.

Memfaatkan link ke link yang lain dalam membagi informasi tentang calon Presiden yang diusung contohnya link dari portal berita online dan dibagikan melalui media sosial

d. Korupsi

Kamus umum bahasa Indonesia, kata korupsi diartikan sebagai perbuatan yang buruk seperti pengelapan uang, penerimaan uang sogok dan sebagainya. Dalam korupsi politik mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan kekuasaan karena figur sentral. Korupsi politik adalah subjek hukum yang memiliki kekuasaan politik, menerima amanat dari rakyat, memiliki mandat konstitusional dengan hukum untuk menegakkan demokrasi dan keadilan diberbagai aspek kehidupan dan enghidupan rakyat. Akibatnya korupsi di Indonesia dikarenakan penyakit sosisl yang bersifat universal dan telah terjadi semenjak awal perjalanan manusia (Azhar, 2009).

Dalam Warren (2004) dijelaskan bahwa pada yudikatif, fungsi intitusionalnya korupsi taatkala motivasi-motivasi lain selain memenangkan argumrn turut bermain di dalam proses pencarian kebenaran (*truth*), keadilan (*fairness*), dan kesetaraan (*equity*), misalnya ketika hakim dapat disuap. Legislatif di dalam pemerintahan demokratis menjalan fungsi perwakilan

(*representatives*). Obje dari korupsi di dalam fungsi legislatif adalah jalinan perwakilan. Jalinan perwakilan korupsi taatkala terjadi pengambilan keputusan yang tidak transparan dan pembohongan yang berlawanan dengan pertimbangan publik. Lord Acton melihat kekuasaan yang absolut akan menimbulkan korupsi yang absolut pula. Dinasti politik cenderung memiliki kekuasaan yang besar (mengakar), sehingga kecenderungan perilaku korupsi juga terbuka. Dinasti politik yang mengakar kuat dan luas baik secara sektoral atau teritorial akan membuka peluang pemerintahan yang tidak terkontrol. Hal tersebut disebabkan pemerintahan cenderung tertutup, tidak transparan, dan minim pengawasan.

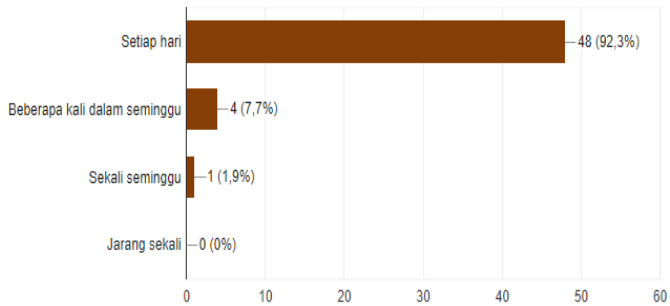
C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan deskriptif kuantitatif dengan mengambil sekitar 51 responden dari berbagai kalangan umum. Metode ini dilakukan dengan survey online, dimana responden mengisi formulir atau survey online.

D. Hasil dan Pembahasan

a. Pengguna Media Sosial

Pengguna media sosial aktif di Indonesia setiap hari mencapai 130 juta dengan penetrasi 49%. Berdasarkan rata-rata trafik situs per bulan, Facebook menjadi media sosial paling banyak dikunjungi dengan capaian lebih dari 1 miliar juta pengunjung per bulan. Rata-rata pengunjung facebook menghabiskan waktu 12 menit 27 detik untuk mengakses media sosial tersebut. (Kompas;Maret 2018). Responden survey penelitian ini adalah 50 orang.

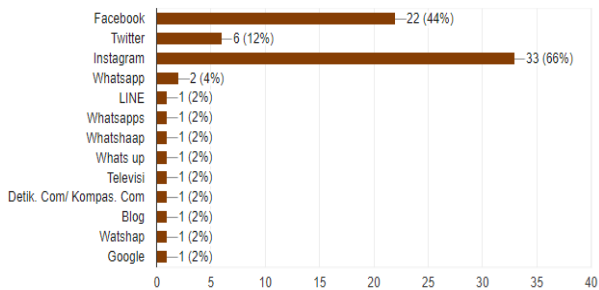


Gambar1



Apakah media sosial yang paling sering Anda gunakan?

50 tanggapan



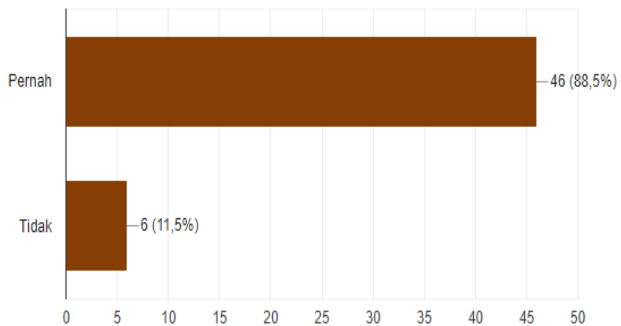
Gambar 2

Berdasarkan data dilihat bahwa hampir 92,3 persen responden menggunakan media sosial setiap hari, ini menjelaskan bahwa pengguna media sosial sangat aktif menggunakan media sosial setiap harinya. Media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram dan Facebook. Jumlah responden pengguna media sosial yang aktif merupakan partisipasi online dalam partisipasi politik. Media sosial dilihat dari jumlah pemakainya mengindikasikan bahwa sarana ini sangat efektif dan efisien dalam meraih dukungan menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden 2019, seperti yang dimanfaatkan oleh Tim Sukses Obama pada Tahun 2008. Pengguna media sosial yang ikut berpartisipasi politik dalam media sosial seharusnya dapat dikategorikan dengan pemikir moderat bukan pemikir sempit. Pengguna media sosial yang berpikiran moderat menjelang Pilpres 2009 adalah pengguna media sosial yang memanfaatkan akunnya untuk mendukung pasangan calon presiden dan wakil presidennya dengan cara yang positif. Namun pada kenyataannya mulai dari tahun 2017 hingga 2018 ini banyak pengguna media sosial yang berpikiran sempit dengan menyebarkan ujaran kebencian, hoax, dan isu SARA. Hoax adalah musuh yang paling utama menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019. Berdasarkan hasil riset DailySocial dengan judul *Hoax Distribution Through Digital Platforms In Indonesia 2018* tercatat informasi hoax paling banyak ditemukan di platform Facebook (82,25%), WhatsApp (56,55%), dan Instagram (29,48%). Sebagian besar responden tidak yakin memiliki kepiawaian dalam mendeteksi berita hoax. Mayoritas responden (51,03%) dari responden memilih untuk berdiam diri (dan tidak percaya dengan informasi) ketika menemui hoax.

b. Postingan Kasus Korupsi di Media Sosial

Dalam menggunakan media sosial secara tidak sadar pengguna sosial adalah masyarakat yang aktif dan pasif dalam berpartisipasi politik. masyarakat aktif berpartisipasi politik dalam media sosial ditandai dengan mengikuti grup yang bermuatan politik, ikut berdiskusi *online*, dan ikut membagikan konten yang bermuatan politik. Dalam masa pemilihan presiden saat ini banyak grup di media sosial dan berita di dalam media sosial yang mengarah pada politik, suka tidak suka pengguna media sosial melihat hal tersebut setiap membuka beranda media sosialnya. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey bahwa sekitar 88,5 % dari jumlah responden pernah melihat postingan korupsi di media social mereka.

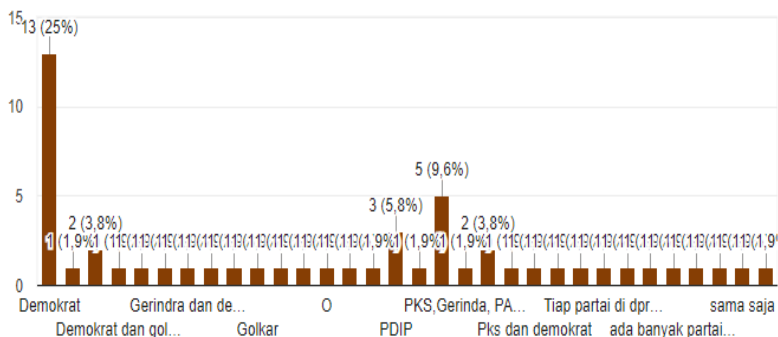
52 tanggapan



Gambar 3

Isu korupsi menjadi salah satu isu yang menarik dibahas pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019. Partai politik berlomba-lomba ikut mendukung calon pasangan presiden dan wakil presidennnya untuk menduduki posisi eksekutif. Partai politik dipandang juga sebagai cerminan pasangan calon presiden dan wakil presiden.

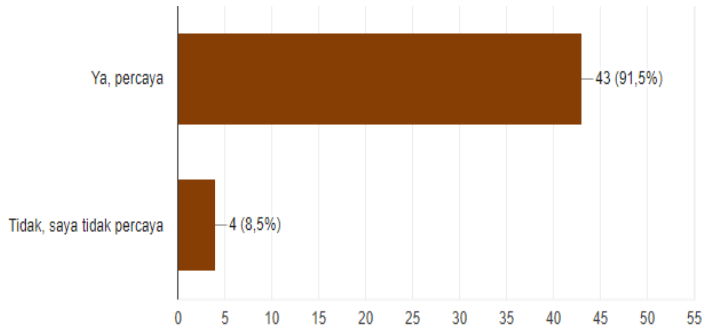
Tokoh-tokoh partai politik yang pernah terlibat dalam kasus korupsi juga dikaitkan dengan pasangan calon. Pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut satu didukung oleh sembilan partai politik yaitu Partai PDIP, Golkar, PKB, PPP, Nasdem, Hanura, Perindo PSI, dan PKPI. Pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut dua didukung oleh lima partai politik yaitu Partai Gerindra, PAN, PKS, Partai Demokrat, dan Partai Berkarya.



Gambar 4

Dalam menggunakan media sosial, banyak ditemukan konten berita mengenai kasus korupsi yang menjerat tokoh partai politik tertentu. Korupsi dalam kamus umum bahasa Indonesia diartikan sebagai perbuatan yang buruk seperti penggelapan uang, penerimaan uang sogok dan sebagainya. Banyak tokoh partai politik yang tersangkut kasus korupsi dan pada saat pemilihan legislatif. Sebanyak 88,5% respon pernah melihat berita kasus korupsi di halaman media sosial mereka dan sebanyak 25 %. Respon menyatakan bahwa tokoh dari partai politik yang sering mereka lihat atau baca di halaman beranda media sosial mereka adalah partai demokrat.

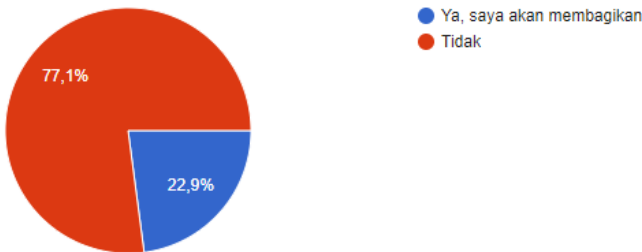
Sebagian besar responden mempercayai bahwa konten berita mengenai korupsi yang berada di halaman media sosial mereka adalah informasi yang dapat dipercaya kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey yaitu



Gambar 5

Hal ini dapat dilihat sekitar 91,5 persen dari responden percaya bahwa pengguna media sosial mempercayai berbagai informasi mengenai korupsi yang mereka baca diposting di media sosial mereka

Respon terhadap konten korupsi tersebut adalah ditandai dengan mayoritas responden tidak membagikan konten tentang korupsi yang mereka temukan di akun media sosialnya,, hal ini dapat dilihat dari diagram



Gambar 6

Dari data diatas maka dapat dianalisis pola respon pengguna media sosial terkait konten korupsi yang muncul di halaman akun media sosial mereka, analisis dilakukan dengan menggunakan analissi karakter pengguna media sosial menurut Myfield.

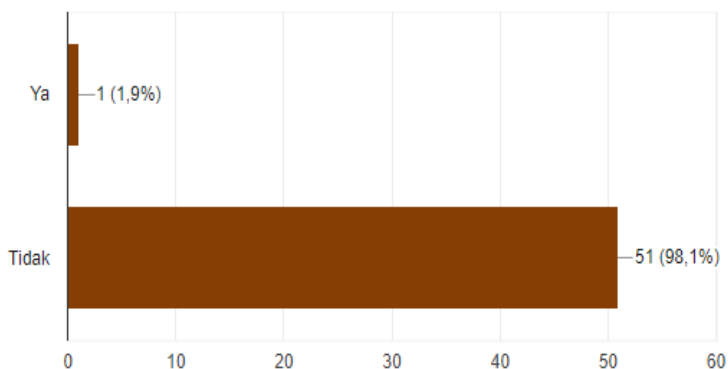
1. **Partisipasi:** Pengguna media sosial merupakan partisipan online. Dalam menggunakan media sosial sehari-hari, pengguna media sosial sering melihat konten kasus korupsi muncul di beranda media sosial mereka yang melibatkan tokoh partai politik yang mereka kenal maupun tidak kenal. Responden pengguna media sosial digolongkan sebagai partisipan pasif karena responden pengguna media sosial menggunakan media sosial mereka dengan hanya melihat bahkan mengabaikan dengan memilih untuk tidak membagikan konten kasus korupsi tokoh partai politik atau pejabat publik itu di halaman media sosial mereka agar dapat dilihat lebih banyak orang.
2. **Openness.** Respon Pengguna media social terhadap kasus korupsi yang banyak menjerat tokoh partai politik dan pejabat publik adalah merasa kecewa namun rasa kecewa dan sedih mereka tidak seiringan dengan partisipasi mereka di media sosial yang tidak ikut berpartisipasi sebagai bukti

digital dalam memberikan peringatan dan kecaman terhadap kasus korupsi yang belum bisa ditiadakan di negeri ini.

3. *Conversation*. Responden pengguna media sosial yang pasif dan memilih mengabaikan konten kasus korupsi tokoh partai politik atau pejabat publik di media sosial mereka menjadikan tidak terciptanya percakapan atau diskusi mengenai kasus korupsi tersebut. Sehingga tidak ditemukan diskusi antara pihak pihak pendukung partai politik yang tersandung korupsi dengan pihak penganut korupsi.

c. Kredibel terhadap partai politik

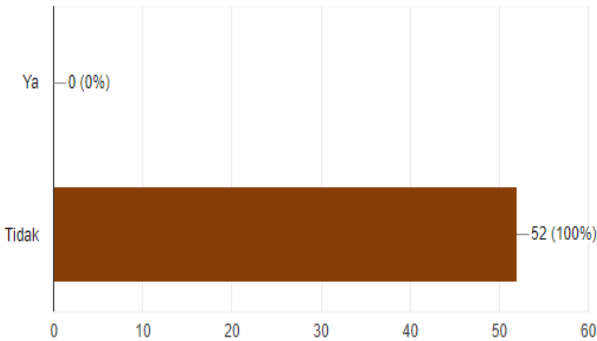
Setiap orang memiliki pilihannya sendiri dalam memilih partai politik. Berdasarkan data responden diketahui bahwa sebagian besar mereka bukan merupakan pendukung dari partai politik yang banyak tersandung kasus korupsi. Hal ini dapat dilihat dari diagram ini



Gambar 7

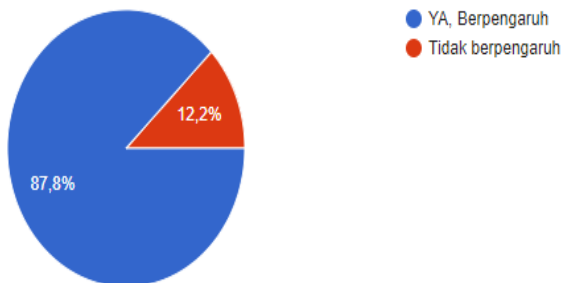
Hal ini dapat dilihat bahwa hampir 98,1 persen responden bukan merupakan pendukung partai politik. Karena mereka meyakini bahwa

mereka tidak akan memilih presiden dan wakil presiden yang tersandung kasus korupsi terlihat dari presentasi hampir 100 persen tidak memilih partai tersandung korupsi paling banyak.



Gambar 8

Hal ini berpengaruh terhadap elektabilitas calon pasangan presiden dan wakil presiden yang akan dipilih, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini



Gambar 9

Responden mengatakan 469ancas 87,8 persen mereka mengatakan bahwa berita korupsi tokoh politik di media 469ancas sangat mempengaruhi elektabilitas dari calon pemimpin tersebut. Terkait dengan kasus korupsi, Responden pengguna media sosial juga menyatakan bahwa partai politik yang paling sering tersandung kasus pidana korupsi adalah partai demokrat dengan jumlah 58 persen. Partai politik sebagai salah satu sarana menuju Presiden dan wakil Presiden 2019 haruslah dituntut bersih. Dalam mencegah tokoh partai politik melakukan tindak pidana korupsi, partai politik harus menjalani peran kaderisasi, menyeleksi, dan menawarkan calon pemimpin yang terbaik kepada rakyat melalui pemilu. Tujuan kaderisasi yang sangat penting adalah agar tokoh partai politik memahami dan berkomitmen akan parpol sebagai pengabdian kepada kepentingan 469ancas berdasarkan 469ancasil negara. Dengan kaderisasi yang berdasarkan 469ancasil 469ancasila dan disertai revolusi mental maka tindak pidana korupsi bisa dapat dicegah. Namun, pada kenyataannya kaderisasi parpol di Indonesia belum sepenuhnya memberikan pemimpin yang terbaik (bukan mantan koruptor). Di dalam detiknews.com pada tanggal 27 Juli 2018 diberitakan bahwa 13 partai politik yang ikut dalam pemilihan 2019 masih mengikutsertakan tokoh partai politik yang pernah terjerat tindak pidana korupsi.



Sumber: detik.com

Gambar 10

Gerindra paling banyak mengikutsertakan caleg mantan koruptor yaitu sebanyak 27 orang, diikuti Golkar (23orang), Berkarya (16 Orang), Hanura (14 orang), Demokrat dan Nasdem (13 orang). Partai PSI yang memilih tidak menerima caleg mantan koruptor. Badan Pengawas Pemilu menyatakan bahwa mantan koruptor menjadi caleg adalah hak konstitusional warga negara, hak dipilih dan memilih Pasal 28 J. Pasal 28 J ini jika ingin disimpangi maka penyimpangannya melalui undang-undang," Berita-berita yang ada di media sosial responden mengenai koruptor dipercaya responden adalah dari

sumber yang benar namun memilih tidak membagikan konten berita korupsi tersebut. Responden merasa kecewa terhadap perilaku anggota parpol tersebut, dan menilai korupsi akan menodai partai politik mereka menjelang pilpres 2019 dan akan menurunkan tingkat elektabilitas partai. Responden pengguna media sosial mayoritas adalah bukan partisipan partai dan tegas untuk tidak memilih tokoh partai politik yang banyak tersandung korupsi. Dalam data yang disebutkan diatas, partai politik yang banyak tersandung korupsi menurut detiknews.com adalah partai Golkar dan PDIP, dan partai yang paling banyak menerima calon legislatif mantan koruptor adalah partai Gerindra dan Golkar. Terlihat bahwa partai Golkar belum memperbaiki sistem kaderisasinya, dan Gerindra yang menjadi partai incaran para koruptor. PDIP sebagai partai besar ternyata berhasil memperbaiki kaderisasinya dengan hanya menerima lima calon legislatif mantan koruptor, jumlah tersebut sama dengan partai PAN dan PKS. Perubahan kaderisasi sangat penting untuk mencegah praktik korupsi bertambah luas di parpol. PDIP juga diyakini oleh mayoritas responden sebagai partai yang dipilih dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2019.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Mayoritas responden pengguna media sosial kurang berpartisipasi dalam kehidupan politik. Mayoritas memilih sikap kurang peduli dengan kasus korupsi tokoh partai politik. Feedback yang diberikan pengguna sosial terhadap kasus korupsi hanya sekedar membaca saja atau melihat saja, dan yang membagikan konten hanya 22,9% saja. Para pengguna media sosial kurang mau terlibat dalam diskusi kasus korupsi partai politik dan kurang

memanfaatkan berbagi link untuk membagikan informasi terkait kasus korupsi di media sosial.

2. Situasi atau lingkungan politik dalam pilkada jakarta 2017 lalu yang banyak bermuatan SARA, menjadikan responden tidak mau terlalu berpartisipasi terhadap pemilihan presiden dan wakil presiden dalam jejaring media sosial mereka, dan banyak juga diantara responden yang meilih untuk memblokir konten-konten yang bermuatan SARA terkait Pilpres 2019.

3. Pendidikan politik merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meningkatkan partisipasi politik yang baik dan benar, sehingga pengguna media sosial berani dan nyaman berpartisipasi politik secara online. Pada kenyataannya partisipan politik di medis sosia saat ini dikategorikan pada tiga golongan yaitu, apolitis, sadar politik, dan sok tahu politik. dan yang paling bahaya adalah golongan sok tahu politik karena golongan tersebut diaykini gampang untuk digunakan aktor politik sehingga muncul fanatisme buta yang berusaha menjatuhkan pasangan lainnya. Jadi sebaiknya penguna media sosial harus sar politik dan menghindari pemberitaan yang belum diketahui kejelasan sumbernya (jangan skeptis) (Najwa Shihab;2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Almond, G. and J. S. C. (1960). *The Politics of the Developing Area*. Princeton: Princeton University Press,.
- Azhar. (2009). Peranan Biro Anti Korupsi dalam Mencegah Terjadinya Korupsi di Brunei Darusalam. *Jurnal Litigasi*, 10.
- Billiocta, Y. (2014). Ini beda Kampanye Relawan Prabowo dan Jokowi di Media Sosial. Retrieved from <https://www.merdeka.com/pe-ristiwa/ini-beda-kampanyerelawan-prabowo-dan-jokowidi-media-sosial.html>.

- Budiyono. (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi Universitas Islam Indonesia* Volume XI Nomor 1.
-
- Campbell, S. W. & N. K. (2011). Political Involvement in ‘Mobilized’ Society: The Interactive Relationships among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation. *Journal of Communication* 61.
- Lalolo, L dan Zainal, M. (2018). Partisipasi Poitik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial MEDIA. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 735–754.
- Mayfield. (2013). No Title. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(4).
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. Retrieved from jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/download/1342/933
- Rusnaini. (2008). Komunikasi Politik. Retrieved from 2010/01/komunikasipolitik/
- Warren, M. E. (2004). (2004). What Does Corruption Mean in a Democracy. *AMERICAN Journal of Politiical Science*, 328–343. Retrieved from AMERICAN Journal of Politiical Science
- Wilhelm, A. G. (2003). *Demokrasi di Era Digital, Tantangan Kehidupan Politik di Ruang Cyber*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.