

PENGARUH MEDIA "ASUMSI" TERHADAP KESADARAN POLITIK PADA EPISODE "PEMILIH MUDA"

Desi Hasbiyah¹, Koesworo Setiawan², Maha Raisha Diviana³

Email: hasbiyahdesi@gmail.com¹, koesworo.setiawan@unida.ac.id², raishaviana@gmail.com³

Universitas Djuanda

Abstract: *Credible information plays an important role amidst the flood of invalid information, especially for young voters as a reference for young voters in raising political awareness. The aim of this research is to determine the influence of "Asumsi" media on the audience's political awareness. The research uses quantitative descriptive methods. The primary data collection technique uses a questionnaire and the secondary data for this research uses scientific references. Primary data was taken from 100 respondents from a population of 1.9 thousand using the Slovin formula. Data were analyzed using IBM SPSS 26. Indicators of the independent variables were political messages and political channels or media, while indicators of the dependent variables were personal, behavioral and environmental. This research found that media content determines the political awareness of respondents. The dependent variable indicator, namely the environment, was found to be the indicator with the lowest score. This research concluded that there was an influence between "Asumsi" media on political awareness in the "Young Voters" episode of 58.5%. Even though all the scores show good numbers, from the above indicators it can be interpreted that communications from politicians make the audience not fully able to believe the political message being conveyed.*

Keyword: *Political Communication; Media; YouTube; Political Awareness; Young Voters.*

Abstrak: Informasi yang kredibel memainkan peran penting di tengah banjirnya berbagai informasi yang tidak valid khususnya bagi pemilih muda sebagai rujukan bagi pemilih muda dalam menumbuhkan kesadaran politik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Media "Asumsi" terhadap kesadaran politik penonton. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan data sekunder penelitian ini menggunakan referensi ilmiah. Data primer diambil dari 100 responden dari 1,9 ribu populasi dengan menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis dengan menggunakan IBM SPSS 26. Indikator dari variabel independen adalah pesan politik dan saluran atau media politik sedangkan indikator variabel dependen adalah personal, perilaku, dan lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa konten media menentukan kesadaran politik dari responden. Indikator variabel dependen yakni lingkungan ditemukan sebagai indikator dengan skor paling rendah. Penelitian ini menyimpulkan terdapat pengaruh antara media "Asumsi" terhadap kesadaran politik pada episode "Pemilih Muda" sebesar 58,5%. Meskipun semua skor menunjukkan angka baik, namun dari indikator tadi dapat dimaknai bahwa komunikasi dari politisi membuat penonton tidak sepenuhnya mampu meyakini pesan politik yang disampaikan.

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Media; Youtube; Kesadaran Politik; Pemilih Muda.

PENDAHULUAN

Di era digital ini masyarakat tentu leluasa untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai politik. Namun, tingkat kredibilitas dari ruang informasi tentu berbeda-beda bagi setiap orang. Seiring dengan banyaknya internet users di Indonesia yang saat ini telah mencapai 213 juta pengguna per-Januari 2023 dimana jumlah ini setara dengan 77% dari total populasi masyarakat Indonesia sebanyak 276,4 juta orang itu juga diiringi dengan munculnya berita yang fake (palsu), berita hoaks, atau berita yang tidak sesuai dengan fakta aslinya (Annur, 2023). Hoaks yang sudah menyebar luas dapat dianggap sebagai kebenaran yang akan berdampak dalam memengaruhi pendapat seseorang atau publik, maka masyarakat harus berhati-hati atas berita atau informasi

yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya di media (Afifah, Hasbiyah, & Setiawan, 2023).

Banyaknya penggunaan media terhadap konsumsi informasi pada masyarakat tersebut menjadikan media sebagai sumber berita. Tidak terkecuali berita atau informasi mengenai dunia politik. Maka masyarakat pun memiliki peran yang penting terhadap pemahaman terkait dengan kondisi serta komunikasi politik yang ada di masyarakat (Sucahyo, 2018).

Kekhawatiran atas banyaknya berita yang tidak dapat dipercaya di internet membuat masyarakat perlu untuk terus dilakukan edukasi seiring dengan makin matangnya demokrasi di Indonesia. Saat ini banyak sekali saluran-saluran media yang banyak direferensi oleh publik salah satunya yaitu channel Youtube yang banyak dibuka oleh tokoh masyarakat yang menyajikan konten mengenai politik untuk menjawab permasalahan tersebut. Adapun channel-channel Youtube yang menyajikan edukasi politik dengan pola podcast atau talkshow saat ini lebih digemari oleh masyarakat (Zaki, et al., 2020). Hal tersebut sesuai dengan survei yang dilakukan pada aplikasi Jakpat dimana Youtube dianggap sebagai media paling informatif bagi masyarakat Indonesia sepanjang 2022 (Mustajab, 2023).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih (kpu.go.id, 2023). Berdasarkan DPT Pemilu 2024 yang telah ditetapkan, 52 persen diantaranya merupakan pemilih muda dengan jumlah mencapai 106.358.447 jiwa dari rentang usia produktif 17-40 tahun (Febriyan, 2023). Melihat data ini pula, dapat disimpulkan bahwa pemilih muda berpotensi menentukan suara dalam partisipasi Pemilu 2024.

Hal ini menunjukkan bahwa pemilih muda saat ini merupakan topik atau isu yang sedang hangat dibicarakan, mengingat pemilu 2024 akan di dominasi oleh mereka sehingga perlunya pembangunan kesadaran politik guna menumbuhkan partisipasi dalam Pemilu 2024. Sehubungan dengan itu penulis ingin menyoroti tentang bagaimana masyarakat khususnya pemilih muda menjadikan saluran-saluran Youtube yang sifatnya talkshow sebagai media politik salah satunya ialah dengan menggunakan media "Asumsi".

Asumsi merupakan media yang berfokus pada pembahasan seputar bahasan politik, kondisi terkini, dan kultur pop. Asumsi dapat membantu pengambilan sudut pandang dari masyarakat mengenai isu-isu politik yang sedang hangat di masyarakat.

Asumsi mengunggah video podcast pada channel Youtube milik Asumsi bersama dengan narasumber Djarot Saiful Hidayat dalam pembahasan mengenai pemilih muda. Dibanding dengan media yang lain, Asumsi memiliki keunikan tersendiri dalam mencari sumber konten yang akan dipublikasikan. Asumsi dapat memancing penontonnya untuk berdiskusi dengan seru, sehat dan juga obyektif. Nilai yang dibawa dan dipercaya oleh Asumsi sebagai salah satu media daring adalah media memiliki peran penting dalam pendidikan politik. (Asumsi, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat penelitian. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fenomena, peristiwa, gejala dan kejadian yang sebenarnya terjadi. (Yuliani & Supriatna, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi Penilaian Variabel Independen

No.	Indikator	Skor	Kategori
1.	Pesan Politik	4,33	Sangat Baik
2	Saluran atau Media Politik	4,11	Baik
Rata-rata Skor Variabel Media "Asumsi"		4,22	Sangat Baik

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian pada Variabel Media "Asumsi" mendapatkan nilai rata-rata 4,22 dan berada pada kategori Sangat Baik. Nilai rata-rata skor pada tanggapan responden di setiap indikatornya, dengan skor tertinggi pada indikator Pesan Politik sebesar 4,33 dengan kategori Sangat Baik dan indikator Saluran atau Media Politik sebesar 4,11 dengan kategori Baik.

Rekapitulasi Penilaian Variabel Dependen

No.	Indikator	Skor	Kategori
1.	Personal atau Kognitif	4,43	Sangat Baik
2	Perilaku	4,49	Sangat Baik
3	Lingkungan	4,10	Baik
Rata-rata Skor Variabel Kesadaran Politik		4,34	Sangat Baik

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian pada Variabel Kesadaran Politik mendapatkan nilai rata-rata 4,34 dan berada pada kategori Sangat Baik. Nilai rata-rata skor pada tanggapan responden di setiap indikatornya, dengan skor tertinggi pada indikator Perilaku sebesar 4,49 dengan kategori Sangat Baik, indikator personal/kognitif sebesar 4,43 dengan kategori Sangat Baik dan indikator Lingkungan sebesar 4,10 dengan kategori Baik.

Uji validitas kuisioner penelitian ini dilakukan pada data dengan jumlah responden 30 orang yakni mahasiswa sains komunikasi 2020, maka r tabel adalah 0,361. Sehingga r hitung $>$ 0,3061. Berikut hasil uji validitas variabel penelitian:

Hasil Uji Validitas Variabel Media "Asumsi" (X)

Variabel	Indikator	Correlation (R hitung)	R tabel	Keterangan
Media "Asumsi" (X)	X.1	.500	0,3061	Valid
	X.2	.677	0,3061	Valid
	X.3	.368	0,3061	Valid
	X.4	.476	0,3061	Valid
	X.5	.724	0,3061	Valid
	X.6	.621	0,3061	Valid
	X.7	.398	0,3061	Valid
	X.8	.551	0,3061	Valid
	X.9	.443	0,3061	Valid
	X.10	.752	0,3061	Valid
	X.11	.586	0,3061	Valid
	X.12	.706	0,3061	Valid
	X.13	.663	0,3061	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Berdasarkan hasil uji validitas indikator Variabel Media "Asumsi" (X) menunjukkan bahwa seluruh indikator berstatus Valid. Hasil tersebut sesuai dengan ketentuan kriteria

validitas bahwa rHitung lebih besar dari rTabel, dengan nilai Koefisien Korelasi terkecil sebesar 0.368 dan Koefisien Korelasi terbesar yaitu 0.752. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan seluruh indikator berstatus Valid pada tahap uji validitas.

Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Politik (Y)

Variabel	Indikator	Correlation (R hitung)	R tabel	Keterangan
Kesadaran Politik (Y)	Y.1	.838	0,3061	Valid
	Y.2	.860	0,3061	Valid
	Y.3	.830	0,3061	Valid
	Y.4	.784	0,3061	Valid
	Y.5	.807	0,3061	Valid
	Y.6	.738	0,3061	Valid
	Y.7	.733	0,3061	Valid
	Y.8	.776	0,3061	Valid
	Y.9	.803	0,3061	Valid
	Y.10	.829	0,3061	Valid
	Y.11	.824	0,3061	Valid
	Y.12	.813	0,3061	Valid
	Y.13	.756	0,3061	Valid
	Y.14	.766	0,3061	Valid
	Y.15	.733	0,3061	Valid

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Berdasarkan hasil uji validitas indikator Variabel Kesadaran Politik (Y) menunjukkan bahwa seluruh indikator berstatus Valid. Hasil tersebut sesuai dengan ketentuan kriteria validitas bahwa rHitung lebih besar dari rTabel, dengan nilai Koefisien Korelasi terkecil sebesar 0.733 dan Koefisien Korelasi terbesar yaitu 0.860. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan seluruh indikator berstatus Valid pada tahap uji validitas.

Pada penelitian ini, Uji Realibilitas dilakukan dengan rumus Alpha Cronbach. Data yang dianalisis dalam uji reliabilitas penelitian adalah data rasio dan dilakukan terhadap setiap butir pertanyaan secara bersamaan, maka jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel (Sujarweni, 2015).

Hasil uji reliabilitas Variabel Media “Asumsi” (X) dan Variabel Kesadaran Politik (Y) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Realibilitas Variabel Media “Asumsi” (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.822	13

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Hasil Uji Realibilitas Variabel Kesadaran Politik (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.962	15

Sumber: Olahan Peneliti (IBM SPSS 26)

Berdasarkan data di atas, nilai Cronbach Alpha yang diperoleh variabel Media “Asumsi” adalah 0,822 dan variabel Kesadaran Politik adalah 0,962. Maka berdasarkan hipotesis uji reliabilitas yaitu alpha > 0,6 kedua variabel tersebut memiliki nilai alpha 0,822 > 0,6 dan 0,962 > 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrument variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

Bentuk persamaan regresi dihitung menggunakan analisis regresi linear sederhana. Tujuan dilakukan bentuk persamaan tersebut untuk menguji signifikansi pengaruh

variabel bebas Media “Asumsi” terhadap variabel terikat Kesadaran Politik.

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana yang dilakukan menggunakan bantuan IBM SPSS 26, diketahui nilai (a) atau konstanta sebesar 14.301 dengan koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,921 (positif). Maka nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Media “Asumsi” (X) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka Kesadaran Politik (Y) akan tetap bernilai 14.301 dan apabila Media “Asumsi” ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan peningkatan Kesadaran Politik (Y) sebesar 0,921 satuan.

Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh pada variabel Media Asumsi (X) terhadap variabel Kesadaran Politik (Y). Untuk melakukan analisis koefisien determinasi, peneliti menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS 26 dan mendapatkan hasil analisis nilai koefisien determinasi sebesar 58,5% yang artinya variabel Media Asumsi (X) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 58,5% terhadap variabel Kesadaran Politik (Y) dan 41,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengujian hipotesis (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen Media “Asumsi” (X) mempengaruhi variabel dependen Kesadaran Politik (Y) secara signifikan atau tidak. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 sehingga ditemukan nilai ttabel sebesar 1.984. Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan menggunakan bantuan IBM SPSS 26, dapat diketahui bahwa nilai sig $0,000 < 0,5$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $11.759 > 1.984$. Maka sesuai dengan ketentuan uji t yang berlaku dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Media “Asumsi” (X) terhadap Kesadaran Politik (Y).

Pembahasan

Posisi media di ruang publik selalu dibicarakan dalam komunikasi politik. Media menjadi penting karena berfungsi di tengah pasar kelompok kepentingan dan sebagai sarana untuk meningkatkan opini serta kesadaran masyarakat.

Media “Asumsi” merupakan media politik yang pada penelitian ini, media “Asumsi” yang dipilih adalah melalui Youtube Asumsi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi politik yang nantinya akan menumbuhkan kesadaran politik.

Untuk menumbuhkan kesadaran politik melalui media “Asumsi” pada episode “Pemilih Muda” tidak akan terjadi hanya dengan sebatas mengetahui media yang digunakan. Khalayak dapat dikatakan mengalami kesadaran politik melalui media “Asumsi” apabila sudah memenuhi beberapa faktor yang menjadi nilai atau ukuran dalam paradigma komunikasi sistem politik. Menurut Harold Lasswell faktor yang menjadi nilai atau ukuran dalam paradigma komunikasi sistem politik dapat dilihat dari saluran atau media politik dan pesan politik.

Kesadaran politik merupakan pengetahuan utuh individu terhadap situasi politik yang mempengaruhi minat dan perhatian terhadap hak dan tanggung jawabnya sebagai warga negara dalam masyarakat. Kesadaran politik juga berarti kesadaran yang mengarah pada tindakan politik berupa kebijakan yang membawa perubahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton Youtube Asumsi episode “Pemilih Muda” setelah mengetahui Media “Asumsi” pada episode tersebut yang berada pada kategori sangat baik. Artinya penonton Youtube Asumsi episode “Pemilih Muda” mengalami peningkatan kesadaran politik atau memiliki kesiapan diri dengan sangat baik untuk melakukan dan menanggapi situasi politik yakni memilih dalam Pemilu 2024 berdasarkan hak dan kewajibannya dalam berbangsa dan bernegara.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan bantuan IBM SPSS 26 didapatkan bahwa hasil analisis regresi linier sederhana dan analisis koefisien determinasi penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Media “Asumsi” terhadap Kesadaran Politik Pada Episode “Pemilih Muda”. Selain itu, hasil pengujian uji hipotesis (uji T) menunjukkan bahwa hipotesis kerja yaitu Media “Asumsi” memiliki pengaruh terhadap Kesadaran Politik Pada Episode “Pemilih Muda” diterima dan hipotesis nol ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa Media “Asumsi” memainkan peran dalam membentuk opini, memberikan informasi, memberikan pendidikan politik dan membentuk sikap pemilih muda dapat memberikan pengaruh terhadap kesadaran politik pada penonton Youtube Asumsi episode “Pemilih Muda”.

KESIMPULAN

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh Media “Asumsi” terhadap kesadaran politik pada episode “Pemilih Muda”. Berdasarkan pengujian statistik dan analisis data, maka kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Media “Asumsi” terhadap Kesadaran Politik Pada Episode “Pemilih Muda”. Artinya media “Asumsi” memainkan peran dalam membentuk opini, memberikan informasi, memberikan pendidikan politik dan membentuk sikap pemilih muda yang dapat memberikan pengaruh terhadap kesadaran politik pada penonton Youtube Asumsi episode “Pemilih Muda”.

REFERENCES

- Afifah, K. N., Hasbiyah, D., & Setiawan, K. (2023). Upaya Penanganan Berita Hoax Covid-19 Pada Website Diskominfo Kabupaten Bogor. *Karimah Tauhid*, 2758-2766.
- Anam, S., Nashihin, H., Taufik, A., Mubarak, Sitompul, H. S., Manik, Y. M., . . .Luturmas, Y. (2023). *Metode Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, Eksperimen dan R&D)*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Andra, N. (2023). *Komunikasi Politik Partai Gerakan Indonesia Raya (Studi Sosialisasi Pesan Antikorupsi)*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Annur, C. M. (2023, September 20). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023. Retrieved from Katadata Media Network.
- Asumsi. (2018, Maret 26). Asumsi: Kami Mendengar Semua Orang. Indonesia.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada .
- Febriyan. (2023, Juli 2). Tetapkan DPT Pemilu 2024, KPU RI: 52 Persen Pemilih Muda. Retrieved from tempo.co.
- Firdaus, M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: DOTPLUS Publisher.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT Penerbit Mitra Grup.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. A. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. Surabaya: Health Books Publishing. kpu.go.id. (2023, Juli 2). DPT Pemilu 2024 Nasional, 204,8 Juta Pemilih. Retrieved from kpu.go.id.
- Kusumawati, N. (2022). *Perkembangan Peserta Didik*. Jawa Timur: CV. AE Media Grafika.
- Mustajab, R. (2023, Februari 1). Youtube Jadi Media Sosial Paling Informatif bagi Warga Indonesia. Retrieved from DataIndonesia.id.
- Permana, M. F., Setiawan, K., & Luthfie, M. (2023). Pengaruh Isi Pesan Konten Instagram @totalpolitikcom Terhadap Sikap Politik Mahasiswa Menjelang Pemilu 2024. *Karimah Tauhid*, 2668-2679.
- Risanto, E. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2015). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Sucahyo, N. (2018, April 17). Jokowi dan Komunikasi Politik Generasi Milenial. Retrieved from VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/jokowi-dan-komunikasi-politik-generasi-milenial/4351466.html>
- Tuhuteru, L. (2022). *Pendidikan Politik Kaum Muda Kontemporer*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Wahyuni, S. (2020). *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

- Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). *Metode Penelitian Bagi Pemula*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Zaki, R., Mustaqin, G., Albinsaid, Gamal, Guntari, D., Sarbana, B., . . . Soegeng, A. (2020). *Desa Butuh Lo, Sob!* Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.