

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PRIMORDIALISME TERHADAP PERILAKU PEMILIH PADA
PILKADA KABUPATEN KAMPAR PERIODE 2017-2022 (Studi Kasus Dikecamatan Tambang)**

Rudi Rahman

Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi – FISIP Universitas Riau

Suharnoto2809@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah, kurangnya kampanye yang dilakukan setiap pasangan calon bupati dan wakil bupati, kurangnya masyarakat mengakses media sosial terkait berita pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar, dan perilaku pemilih dalam menentukan pilihannya dengan melihat suku dan dari daerah mana berasal. Tujuan penelitian ini Pertama untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih, kedua untuk mengetahui pengaruh primordialisme terhadap perilaku pemilih dan Ketiga untuk mengetahui pengaruh media sosial dan primordialisme terhadap perilaku pemilih pada pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar periode 2017-2022 di kecamatan Tambang. Desain penelitian menggunakan penelitian survey dengan menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Populasi penelitian adalah penduduk Rimbo Panjang dan Desa Tarai Bangun. Sampel penelitian berjumlah 28197 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik multistate random sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linier ganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial (X_1) terhadap perilaku pemilih (Y) dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $57,304 > 2,58$ artinya H_1 diterima, terdapat pengaruh primordialisme (X_2) terhadap perilaku pemilih (Y) dengan nilai $101,536 > 2,58$, sedangkan H_3 dengan uji F (uji Anova) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial dan primordialisme terhadap perilaku pemilih (H_3) $6932,802 > 0,305$.

Kata Kunci : Media Sosial, Primordialisme dan Perilaku pemilih

ABSTRACT

This research was motivated by a lack of socialization carried out by the government, a lack of campaigns carried out by each candidate regent and deputy regent, lack of people accessing social media related to Kampar district head election news, and voter behavior in making choices by looking at the tribe and from which region came from. The purpose of this study is first to determine the effect of social media on voter behavior, second to determine the effect of primordialism on voter behavior and Third to determine the influence of social media and primordialism on voter behavior in the election of Kampar district heads for the 2017-2022 period in the Tambang sub-district. The research design uses survey research using questionnaires as a tool to collect data. The study population was residents of Rimbo Panjang and Tarai Bangun Village. The research sample amounted to 28197 people with the sampling technique using multistate random sampling technique. The data analysis technique uses multiple linear regression with data processing using the SPSS 17.0 program. The results showed that the t test showed that there was an influence between social media (X_1) on voter behavior (Y) with a tcount value of t_{table} or $57.304 > 2.58$ meaning H_1 was accepted, there was an effect of primordialism (X_2) on voter behavior (Y) with the value of $101.536 > 2.58$, while H_3 with the F test (Anova test) shows that there is an influence of social media and primordialism on voter behavior (H_3) $6932.802 > 0.305$.

Keywords: Social Media, Primordialism and voter behavior

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah langsung sebagai konsekuensi diberlakukannya UU No.32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, untuk pertama kalinya dilaksanakan pada bulan Juni 2005 di seluruh Indonesia. Pemilihan kepala daerah secara langsung menempatkan rakyat sebagai pengambil keputusan dalam menentukan siapa yang akan menduduki jabatan kepala daerah dan wakilnya. Dengan demikian perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya akan menentukan kualitas pejabat kepala daerah yang terpilih dan masa depan masyarakatnya. Sistem pemilihan kepala daerah langsung yang bentuk pemberian suaranya (*balloting*) dilakukan dengan cara memilih salah satu foto pasangan calon yang terdapat dalam surat suara, akan menempatkan pentingnya informasi visual calon selain informasi tentang siapa dan bagaimana kepribadian, kemampuan serta kredibilitas masing-masing pasangan calon peserta pemilihan kepala daerah (Pilkada).

Salah satu sarana untuk memperkenalkan calon, mengembangkan citra calon dan membimbing pemilih dalam memilih pasangan calon adalah Media Sosial. Dalam bidang politik sendiri media sosial yang merupakan bagian media online atau media baru, mulai di gunakan

sebagai media sosialisasi politik karena biaya penggunaan yang murah dan aksesnya yang tidak terbatas. Penggunaan media sosial sebagai media sosialisai politik bertujuan mendapatkan simpati dan dukungan dari masyarakat. Setiap pasangan calon berusaha memberikan informasi dan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi perilaku memilih (Elise Haloho, dkk, 2016). Semakin majunya era globalisasi informasi dan komunikasi didukung banyaknya pengguna internet saat ini yang berdasarkan data-data yang ada, sehingga media sosial digunakan oleh kandidat-kandidat sebagai salah satu sarana komunikasi politik. Melalui ruang *cyber* (internet), kampanye dapat dilakukan pada tiga segmen sekaligus, yaitu massa, antarpribadi, dan organisasi. Sehingga internet cenderung dijadikan sarana kampanye yang dianggap efektif di Indonesia.

Kampanye melalui media sosial mulai dimanfaatkan pasca runtuhnya rezim Orde Baru. Pada Pemilu 1999 dan 2004, sudah muncul kampanye partai atau kandidat melalui media sosial yang merupakan metode baru bagi perkembangan demokrasi di Indonesia. Partai politik, calon legislatif, calon presiden-wakil presiden maupun calon kepala daerah kini mengandalkan

media sebagai sarana mengiklankan profil untuk membentuk pencitraan melalui media sosial, Karena media sosial dianggap cukup efektif untuk mendorong popularitas sekaligus meningkatkan perolehan suara dalam setiap Pemilu ataupun Pemilukada.

Dalam media sosial iklan politik memainkan peranan penting dalam membentuk pencitraan untuk merebut popularitas, akseptabilitas, dan elektabilitas. Suhu politik jelang diadakannya pemilukada ini, yang paling nampak di permukaan adalah "adu strategi" yang dilakukan oleh masing-masing kandidat. Dimana masing-masing kandidat memiliki strategi tersendiri guna meraih simpati para pemilih. Adu strategi yang dimaksudkan disini dapat diartikan sebagai suatu persaingan melalui berbagai media komunikasi yang ada, baik cetak maupun elektronik. Penggunaan media sosial bagi kampanye oleh para kandidat tentu memiliki segmentasi tersendiri. Mengenal khalayak atau masyarakat adalah salah satu kunci sukses untuk memenangkan persaingan. Dengan menyajikan produk politik yang menarik mulai dari kemasan, isi dan tampilan yang baik, serta mempunyai intesitas menonton lebih banyak sehingga masyarakat mampu

terpengaruh dan melakukan tindak memilih kandidat.

Pesan-pesan politik yang diterapkan oleh masing-masing pasangan calon peserta Pilkada pada masa kampanye merupakan sumber informasi bagi pemilih yang dapat menimbulkan efek memperteguh atau mengubah pilihan politiknya. Pada umumnya pesan-pesan kampanye dipersepsikan oleh pemilih sesuai dengan latar belakang dan faktor kedaerahan atau kesukuan yang biasa disebut dengan primordialisme. Dalam beberapa kasus pemilih mengambil keputusan politiknya karena terikat oleh kedekatannya pada suatu partai politik maupun kedekatan dari calon pasangan, karena sistem kekerabatan antara pemilih dengan calon pasangan merupakan faktor yang sampai sekarang masih dapat dilihat pada daerah-daerah tertentu.

Pemilu saat ini berbeda dengan pemilu-pemilu sebelumnya, saat ini massa pemilih mempunyai kesempatan secara langsung dan penuh dalam memilih calon-calon pejabat publik yang dikehendakinya. Kecenderungan pemilih berdasarkan hasil survei tersebut menunjukkan bahwa khalayak komunikasi politik pada umumnya memiliki selektivitas terhadap isi pesan. Selektivitas itu salah satunya dipengaruhi oleh perilaku pemilih. Perilaku

pemilih tersebut dapat merespons isu dan calon yang bersaing dalam suatu pemilihan kepala daerah. Perilaku memilih merupakan cara seseorang berinteraksi pada saat pemilu, yakni bagaimana pilihan politik seseorang pada saat memilih calon kandidat atau partai apa yang akan mereka pilih pada saat pemilu. Perilaku memilih dipengaruhi oleh faktor primordialisme. Perilaku memilih berdasarkan faktor primordialisme adalah yang mempengaruhi perilaku memilih yaitu berdasarkan dari bentuk kekerabatan, kesukuan, atau dari kebiasaan yang dijadikan kepercayaan sejak dulunya (Nursal, 2004: 54).

Pada tanggal 15 Februari 2017, masyarakat Kabupaten Kampar melakukan pesta demokrasi pemilihan Bupati dan wakil Bupati Kabupaten Kampar 2017. Kondisi masyarakat Kabupaten Kampar yang relatif heterogen dan memiliki karakteristik yang berbeda-beda, menyebabkan akan menimbulkan perbedaan dalam pola perilaku pemilih antara pemilih yang banyak diterpa isu-isu informasi dengan pemilih yang kurang

mendapat isu-isu informasi pada pelaksanaan pilkada di Kabupaten Kampar. Media sosial merupakan suatu sarana bagi masyarakat untuk mengetahui jalannya pilkada kabupaten Kampar yang dilaksanakan pada tanggal 15 Februari 2017 yang lalu, KPUD membatasi jumlah Sosmed yang boleh digunakan sebanyak lima jenis. Dengan demikian masing platform hanya bisa menggunakan satu seperti *Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Line* (<http://cakaplah.com>, 2017), tujuan dari pembatasan media sosial ini yaitu agar seluruh sosial media yang telah terafiliasi dengan kampanye pasangan calon dapat termonitor oleh KPU dan pasangan calon bupati/wakil bupati itu sendiri. Melalui media sosial dapat dilihat hasil perolehan suara dari masing-masing pasangan, salah satu media sosial yang berperan memberitakan hasil perolehan suara pilkada Kabupaten Kampar adalah media online *Antarariau.com*. Pemberitaan melalui media online ini dapat dilihat dari perolehan suara masing-masing Paslon dari 21 kecamatan sebagai berikut;

Tabel 1.1 Perolehan Suara Paslon Bupati dan Wakil Bupati Kab. Kampar Periode 2017-2022 Berdasarkan Nomor Urut

No	Nama Kecamatan	Nama Pasangan Calon Bupati/Wakil Bupati					Jlh Suara Sah	Jlh Suara Tidak Sah	Total
		1	2	3	4	5			
1	Bangkinang Kota	945	6327	6016	585	2396	-	-	16069
2	Bangkinang	1106	3926	5808	313	4513	-	-	15666
3	Salo	415	3240	3522	225	2186	-	-	9588
4	Kuok	247	2717	5091	185	2679	-	-	10919
5	13 Koto Kampar	1674	2868	2672	256	3595	-	-	11065
6	Koto Kampar Hulu	1389	1784	3153	75	2909	-	-	9310
7	Kampar Utara	365	4339	2988	111	1688	-	-	9491
8	Rumbio Jaya	251	2553	3783	276	1395	8258	103	8361
9	Kampar	809	11344	9511	345	2697	24706	484	25190
10	Kampa	407	2454	6108	166	1856	10991	160	11151
11	Tambang	2059	5928	10851	262	5797	24897	414	25311
12	Siak Hulu	2530	10119	8774	530	8157	30110	603	30713
13	Perhentian Raja	375	1729	2221	189	2805	7319	163	7482
14	Kampar Kiri	287	5684	3731	2665	1557	13924	179	14103
15	Kampar Kiri	660	1661	1002	259	1492	5074	63	5137
16	Gunung Sahilan	129	2284	2429	334	3145	8371	107	8478
17	Kampar Kiri Tengah	1182	5069	3404	482	2919	13056	313	13369
18	Kampar Kiri Hulu	95	1413	920	1824	1807	6059	71	6130
19	Tapung	1773	7228	12077	649	14964	36691	894	37585
20	Tapung Hulu	1760	4305	5276	1465	19343	32149	500	32649
21	Tapung Hilir	1197	4005	6748	401	11184	23535	446	23981
Jumlah		19649	90977	106085	11597	99084	245140	4500	331749

(Sumber: www.Antarariau.com, 2017)

Pada pilkada serentak tahun 2017 tersebut, Azis Zainal dan Catur Sugeng memenangkan di 8 kecamatan dari 21 kecamatan yang ada di Kabupaten Kampar. Salah satunya Kecamatan Tambang. Kecamatan Tambang merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Kampar yang luas wilayahnya menurut pengukuran kantor Camat Tambang adalah ± 371,94 Km² atau 371,94 Ha, mempunyai 17 Desa dengan pusat Sungai Pinang. Kecamatan Tambang terbentuk dari pemekaran Kecamatan Kampar pada tahun

1989. Pada mulanya Kecamatan tambang merupakan perwakilan Kecamatan dan baru didefenitifkan menjadi Kecamatan penuh pada tahun 1995 (Data Kantor Camat Tambang, 2017).

Kecamatan Tambang terdiri dari 17 desa/kampong/pekon/kelurahan, diantara ke 17 desa/kampong/pekon/kelurahan tersebut desa Rimbo Panjang dan desa Tarai Bangun yang menjadi pilihan penulis untuk melakukan penelitian, karena perkembangan dan pertumbuhan penduduk Kecamatan Tambang cukup

menggembirakan. Penduduk Kecamatan Tambang mengalami limpahan penduduk yang datang dari berbagai daerah, baik dari daerah Minang, Batak, Aceh, Jawa, dan dari berbagai daerah yang ada di Kabupaten Kampar lainnya. Dengan beragamnya penduduk yang datang dari berbagai daerah tersebut, tentu mempunyai bahasa, suku dan adat yang berbeda. Seperti suku Pitopang, Melayu, Piliang, Bendang, Domo, dan lain sebagainya.

Perbedaan tersebut menyebabkan masyarakat di Kecamatan Tambang dalam memilih bupati dan wakil bupati Kabupaten Kampar juga mengalami perbedaan terhadap pilihannya, dan masyarakat Kecamatan Tambang jika dilihat dari table 1.1 di atas lebih memilih pasangan nomor urut 3 yaitu pasangan Azis Zainal – Catur Nugraha dengan perolehan suara sebanyak 10.851 orang dan berada di urutan teratas. Berdasarkan observasi yang penulis peroleh di lapangan ternyata masih terdapat beberapa permasalahan yang muncul pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Kampar periode 2017-2022 di Kecamatan Tambang, seperti kurangnya sosialisasi dari Pemerintah Kecamatan kapan Pilkada dilaksanakan, sehingga menyebabkan masih terdapat masyarakat yang belum mengetahui adanya pemilihan

kepala daerah kabupaten Kampar Periode 2017.

Kurangnya kampanye massa yang dilaksanakan oleh setiap pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Kampar, hal ini menyebabkan masyarakat tidak mengetahui siapa saja calon bupati dan bupati yang akan dipilih, kurangnya masyarakat mengakses media sosial terutama berita yang terkait dengan Pilkada Kabupaten Kampar, dan menentukan pilihannya masyarakat hanya melihat pasangan calon dari suku dan dari daerah mana berasal. Penggunaan media sosial bagi kampanye oleh para kandidat tentu memiliki segmentasi tersendiri. Hasil akhir pemilihan bupati – wakil bupati kabupaten Kampar periode 2017-2022, pasangan Azis Zainal – Catur Nugraha berhasil memperoleh suara yang cukup banyak dengan menempati posisi pertama pada perolehan suara. Pasangan ini mengalahkan beberapa kandidat yang lebih dahulu melakukan sosialisasi dan kampanye. Tingginya popularitas yang didapat dikarenakan efektifnya peran media sosial dalam mencitrakan pasangan ini

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang telah dikemukakan di atas maka penelitian ini lebih memusatkan

perhatiannya pada persoalan sebagai berikut :

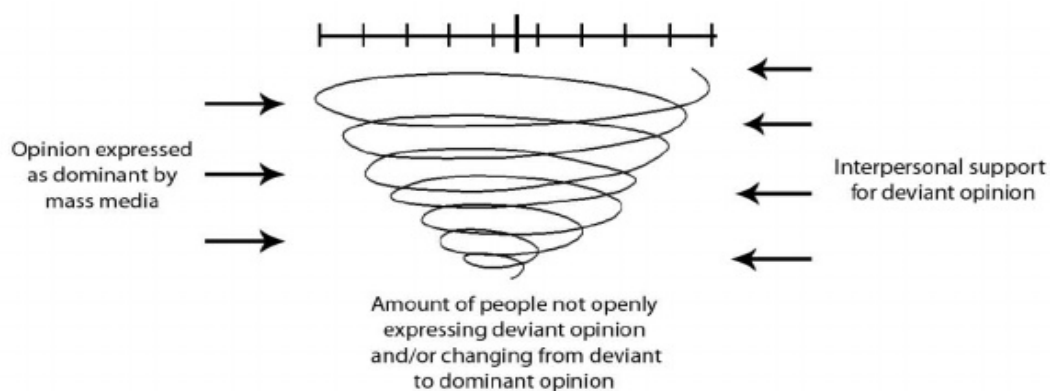
1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih pada Pilkada Kabupaten Kampar periode 2017-2022 di Kecamatan Tambang?
2. Bagaimana pengaruh primordialisme terhadap perilaku pemilih pada Pilkada Kabupaten Kampar Periode 2017-2022 di Kecamatan Tambang?
3. Bagaimana pengaruh media sosial, dan primordialisme terhadap perilaku pemilih pada Pilkada Kabupaten Kampar periode 2017-2022 di Kecamatan Tambang?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Noelle Neumann* (Teori Spiral Kesunyian)

Penelitian ini, menggunakan Teori *Noelle Neumann* atau spiral kesunyian. Teori spiral kesunyian adalah sebuah teori media yang lebih memberikan perhatian pada pandangan mayoritas dan menekan pandangan minoritas (Morissan, 2013). Teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Elisabeth Noelle-Neumann seorang politik asal Jerman lewat tulisannya yang berjudul *the spiral of silence* (Severin, Tankard, 2008: 326). Pada kajiannya menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial. Opini publik sebagai suatu isu kontroversial akan berkembang pesat manakala dikemukakan lewat media massa. Adapun gambar teori spiral kesunyian adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Spiral Kesunyian



Elisabeth Noelle- Neumann's Spiral of Silence

Sumber: From D.McQuail dan S. Windahl (1981: 68)

Dalam teori spiral kesunyian dijelaskan bahwa individu mempunyai organ indra yang mirip statistik yang digunakan untuk menentukan opini dan cara perilaku mana yang disetujui atau tidak disetujui oleh lingkungan mereka, serta opini dan bentuk perilaku mana yang memperoleh atau kehilangan kekuatan (Severin, 2008: 326). Secara sosiologis, teori Spiral keheningan mengakui bahwa ketakutan individu akan isolasi ini hanya berlaku pada masyarakat kurang terdidik dan miskin, irasional, dan tidak memiliki dedikasi untuk mengemukakan pendapatnya secara bebas dan bertanggung jawab.

Peran Media

Spiral keheningan merupakan gejala atau fenomena yang melibatkan saluran komunikasi personal dan komunikasi melalui media. Media berfungsi menyebarluaskan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan yang dominan. Sementara individu dalam hal menyampaikan pandangannya akan bergantung pada pandangan yang dominan, sedangkan media pada gilirannya cenderung memberitakan pandangan yang terungkap dan karenanya spiral keheningan berlanjut. Noelle-meumann memaparkan bahwa

media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realita secara terbatas dan sempit (Saverin, Tankard, 2008). Berdasarkan Karjaluoto (2008: 4), media sosial ada 6 macam yaitu:

1. Blog (*blogs or web blogs*), yaitu sebuah website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar.
2. Forum (*Forums*), yaitu sebuah situs dimanabeberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer adalah kaskus. Di dalam kaskus terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.
3. Komunitas Konten (*content communities*), yaitu situs yang memungkinkan pengguna (*users*)

untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarkan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini menyediakan layanan untuk voting, sehingga pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebarkan.

4. Dunia virtual (*virtual worlds*), merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs *game on-line*.
5. *Wikis*, yaitu situs penghasil data-data atau dokumen-dokumen. Dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*users*) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs wikis.
6. Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang

memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya Facebook), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya LinkedIn). Salah satu media sosial yang cukup populer yaitu jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Situs jejaring sosial juga terdapat beberapa macam, seperti Facebook, *My space*, atau *Friendster*.

Menurut Mayfield (dalam Mila Setiawati, 2015:7) media sosial dipahami sebagai suatu bentuk baru dari media online. Beberapa karakteristik yang biasanya dimiliki oleh media sosial dan menjadi indikator pada penelitian ini, antara lain:

1. *Participation* (keikutsertaan), yaitu media sosial memberikan

- kontribusi dan umpan balik bagi orang-orang yang tertarik.
2. *Openness* (keterbukaan), sebagian besar media sosial terbuka untuk menerima suatu umpan balik dan partisipasi.
 3. *Conversation* (percakapan), media sosial menggunakan cara berkomunikasi yang lebih baik, yaitu menggunakan metode percakapan komunikasi dua arah.
 4. *Community* (masyarakat), media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama.
 5. *Connectedness* (menghubungkan), sebagian besar jenis media sosial berkembang karena keterhubungan mereka.

Primordialisme

Menurut Kun Maryati, dkk (2014:17), "Primordialisme adalah ikatan-ikatan seseorang dalam kehidupan sosial yang sangat berpegang teguh terhadap hal-hal yang dibawa sejak lahir baik berupa suku bangsa, kepercayaan, ras, adat-istiadat, daerah kelahiran dan lain

sebagainya. Menurut Wibowo dan Hardiwinoto dalam Syamsuddin (1993), "Primordialisme adalah perasaan-perasaan yang mengikat seseorang dikarenakan oleh hal-hal yang dimilikinya sejak ia dilahirkan". Berdasarkan Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, primordialisme merupakan suatu perasaan-perasaan dimiliki oleh seseorang yang sangat menjunjung tinggi ikatan sosial yang berupa nilai-nilai, norma, dan kebiasaan-kebiasaan yang bersumber dari etnik, ras, tradisi dan kebudayaan yang dibawa sejak seorang individu baru dilahirkan.

Primordialisme dapat menyebabkan seseorang menjunjung tinggi hasil dari kebudayaannya dan memiliki rasa kesetiaan yang sangat tinggipula. Apabila seseorang tidak bisa menyesuaikan dengan keadaan masyarakat yang multikultur, maka sikap primordialisme akan dapat memicu konflik sosial yang tentunya dapat memecah belah kerukunan antar warga. Primordialisme muncul akibat adanya perbedaan ikatan-ikatan dan keyakinan dari suku bangsa, agama, ras dan kebudayaan yang berbeda. (Hermawan, 2007)

1) Suku bangsa

Menurut Koentjaraningrat dalam Herimanto dan Winarno (2016:102), "Suku bangsa merupakan kelompok

sosial atau kesatuan hidup manusia yang memiliki sistem interaksi, yang ada karena kontinuitas dan rasa identitas yang mempersatukan semua anggotanya serta memiliki sistem kepemimpinan sendiri” Menurut Koentjaraningrat dalam Nurseno (2009:15), “Suku bangsa merupakan suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran akan kesatuan kebudayaan, sedangkan kesadaran dan identitas sering dikuatkan oleh bahasa”.

2) Agama

Menurut Harun Nasution dalam Setiadi (2012:148), “Agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi manusia. Ikatan yang dimaksud berasal dari suatu kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap dengan panca indra namun mempunyai pengaruh besar sekali terhadap kehidupan manusia sehari-hari”.

Menurut Sedyawati (2010:66), “Agama merupakan suatu sistem yang berintikan pada kepercayaan akan kebenaran-kebenaran yang mutlak disertai segala perangkat yang terintegrasi didalamnya meliputi tata peribadatan, tata peran para perilaku dan tata

benda yang diperlukan untuk mewujudkan agama yang bersangkutan”.

3) Ras

Menurut Horton dan Hunt dalam Nurseno (2009:7), “Ras adalah kelompok manusia yang berbeda dengan kelompok-kelompok lainnya dari segi ciri-ciri fisik bawaan ataupun pengertian yang digunakan masyarakat”.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena, jawaban diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban yang empiris (Sugiyono, 2013:64). Berdasarkan uraian kerangka pemikiran penelitian yang berlandaskan pada tujuan penelitian, teori-teori dan dalam rangka menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan, maka dugaan sementara atau hipotesis penelitian ini adalah:

1) H1 : Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pemilih

- 2) H2 : Primordialisme berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pemilih
- 3) H3 : Media Sosial dan primordialisme berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pemilih

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Desain penelitian survei merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis (Sugiyono, 2009). Teknik yang digunakan dalam metode survey ini dengan menggunakan wawancara atau kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data.

Budiyono (2003: 27) menyatakan bahwa variabel penelitian dapat didefinisikan segala sesuatu yang dapat mengelompokkan objek pengamatan/penelitian ke dalam dua atau lebih kelompok. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Variabel *Independen* (X)

Menurut Sugiyono (2013:59) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan variabel *independen* adalah variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab

perubahan atau timbulnya variabel *dependen*/ terikat. Dalam penelitian ini terdapat duavariabel independen dan variabel dependen yang diteliti, diantaranya yaitu:

a. Media Sosial (X₁)

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan webbaru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri (Yeni Pangesti, 2017).

b. Primordialisme (X₂)

Primordialisme adalah ikatan-ikatan seseorang dalam kehidupan sosial yang sangat berpegang teguh terhadap hal-hal yang dibawa sejak lahir baik berupa suku bangsa, kepercayaan, ras, adat-istiadat, daerah kelahiran dan lain sebagainya (Kun Maryati, 2014).

c. Perilaku Pemilih (Y)

Budiarjo(2008;136) mendefinisikan perilaku pemilih sebagai kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik,

antara lain dengan jalan memilih pemimpin Negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Lokasi penelitian adalah di Kecamatan Tambang, dengan mengambil sampel lokasi di 2 desa diantaranya adalah desa Rimbo Panjang, desa dan desa Tarai Bangun. Waktu penelitian yang digunakan adalah bulan Oktober 2017 hingga selesai. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh

penduduk desa Rimbo Panjang dan Desa Tarai Bangun yang masuk kedalam Daftar Pemilih Tetap berjumlah 28.197 Orang (Kantor Camat Tambang, 2017). Teknik pengambilan sampel penelitian yaitu dengan teknik *Multistade Random Sampling*, dimana peneliti sebelumnya memilih sampel desa, dari sampel desa kemudian diambil sampel RT/RW secara sistematik. Untuk pembagian sampel desa bisa dilihat di bawah ini:

Tabel 3.1 Jumlah dan Rincian Populasi

No	Nama Desa	Jumlah Pemilih
1.	Rimbo Panjang	4851
2.	Tarai Bangun	23346
Jumlah		28197

Sumber : Data Olahan, 2017

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2002). Sampel penelitian ini adalah sebagian dari

pemilih kecamatan Tambang yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Bungin, 2008: 105) :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

e = Nilai kesalahani (5% atau 0,05)

Perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Uji validitas dapat dihitung dengan rumus jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan valid dan bisa diteruskan ke penelitian, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan yang diajukan dikatakan tidak valid, sehingga pertanyaan

tersebut tidak dapat ke penelitian selanjutnya. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian inidilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbachs Alpha, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum ob^2}{\sigma_{2t}} \right\}$$

Keterangan :

- r₁₁ = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- ∑ ob² = jumlah varian butir
- σ_{2t} = varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis product moment.

Proses pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program

aplikasi *Statistical Programm for Social Science* (SPSS) 17.0 for Windows dan hasil pengujiannya menunjukkan nilai alpha (*koefisien reliabilitas*) sebesar 0,909. Menurut Sarwono (2006) jika hasil korelasinya ≥ 0,8 maka instrumen tersebut dinyatakan andal.

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)

(Prayitno, 2008: 81). Dengan kata lain, uji F ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi sebuah variabel dependen atau tidak. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

- R² = koefisien determinasi
- n = jumlah data atau kasus
- k = jumlah variabel independen

Dengan ketentuan jika F hitung > F tabel, H₀ ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabelindependen (lebih

dari dua) secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Sedangkan analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen

secara serentak terhadap variabel dependen dapat dirumuskan dengan : (Riduwan, 2014)

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 =Nilai Koefisien Korelasi

Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2008: 85).

t_{hitung} dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi parsial

K = Jumlah variabel independen

N = jumlah data atau kasus

Dengan ketentuan: (Riduwan, 2014)

-jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak

- jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis H_o diterima dan H_a ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk variabel media sosial (X_1) indikator masyarakat (*community*) dengan pernyataan menggunakan media sosial sebagai komunikasi yang efektif pada sesama dengan jawaban responden sebesar 60%, merupakan indikator dengan jawaban responden yang terbanyak dan sesuai dengan teori spiral kesunyian Neumann yang menitikberatkan peran opini publik dalam interaksi sosial.

Pada variabel primordialisme (X_2) indikator agama dengan pernyataan memilih calon kepala daerah karena sering beribadah kemesjid sebesar 79%, hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan peneliti yaitu teori spiral kesunyian Neumann, sedangkan variabel perilaku pemilih (Y) indikator faktor sosiologis merupakan indikator yang memiliki pengaruh besar pada penelitian ini sebesar 79% dan sesuai dengan teori yang diajukan yaitu teori spiral kesunyian Neumann.

Pengaruh masing-masing variabel independen media sosial dan primordialisme terhadap perilaku pemilih dapat dijelaskan sebagai berikut :

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa media sosial dan primordialisme memiliki pengaruh yang signifikan secara partial terhadap perilaku pemilih pada pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar tahun 2017-2022 (studi Desa Rimbo Panjang dan Desa Tarai Bangun) sebesar ($P \text{ value} < 0.05$) atau $0.000 < 0,05$.

Media sosial dan primordialisme merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam perilaku pemilih kabupaten Kampar dan dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti media sosial dan primordialisme mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pemilih pada pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar tahun 2017-2022. Ini ditunjukkan dengan hasil yang berbeda dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Dari item pertanyaan diketahui bahwa pada variabel media sosial dan primordialisme terhadap perilaku pemilih masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas setuju dan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa media sosial

dan primordialisme berpengaruh terhadap perilaku pemilih dengan ditunjukkan $P \text{ value} = 0,000$ yang lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya media sosial dan primordialisme mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pemilih pada pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar tahun 2017-2022.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 394 responden terbukti H_1 media sosial berpengaruh terhadap perilaku pemilih dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $57,304 > 2,58$. Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa nilai $P \text{ value} 0,05 > 0,000$ yang merupakan bukti untuk menerima H_2 primordialisme berpengaruh terhadap perilaku pemilih pada pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar tahun 2017-2022 dengan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $101,536 > 2,58$. Berdasarkan pengujian H_1 dan H_2 diketahui berpengaruh terhadap H_3 atau media sosial dan primordialisme berpengaruh terhadap perilaku pemilih diterima dengan nilai uji F diperoleh $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $6932,802 > 0,305$.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan untuk menjawab

rumusan masalah penelitian ini yang berjudul Pengaruh Media Sosial dan Faktor primordialisme terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kampar Tahun 2017-2022 (Studi di Desa Rimbo Panjang dan Tarai Bangun) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $57,304 > 2,58$, maka hipotesis (H1) yang diajukan diterima artinya signifikan. Jadi Media Sosial berpengaruh terhadap Perilaku Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kampar Tahun 2017-2022.
2. Hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $101,536 > 2,58$, maka hipotesis (H2) yang diajukan diterima artinya signifikan. Jadi Primordialisme berpengaruh terhadap Perilaku Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kampar Tahun 2017-2022.
3. Hasil uji F (Uji Anova) menunjukkan $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $6932,802 > 0,305$, maka hipotesis (H3) yang diajukan

diterima artinya signifikan. Jadi Media Sosial dan Primordialisme berpengaruh terhadap Perilaku Pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kampar Tahun 2017-2022.

Saran

Adapun saran-saran yang akan disampaikan penulis pada penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan lebih disempurnakan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki pembahasan yang sama dengan penelitian penulis.
2. Untuk pemerintah kecamatan Tambang agar lebih mensosialisasikan tentang pemilihan kepala daerah untuk pemilihan kepala daerah periode berikutnya.
3. Untuk masyarakat agar lebih peka terhadap permasalahan dan isu-isu seputar pemilihan kepala daerah kabupaten Kampar baik dari media cetak, media elektronik maupun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muis, 1987, *Yayasan sebagai Wadah Kegiatan Masyarakat (Suatu Tinjauan Mengenai Yayasan sebagai Badan Hukum dalam Menjalankan Kegiatan Sosial)*, Tesis, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya
- Arifin, Anwar, 2005, *Komunikasi Politik*. Bandung: PT. Citra Aditya
- Arikunto, Suharsimi, 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Sy 1997, *Metode penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Betty Gama dan Nunun Tri Widarwati, *Hubungan Antara Kampanye Kandidat Kepala Daerah Dan Perilaku Pemilih Partisipasi Politik Wanita (Studi pada Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sukoharjo)*, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 2, No. 1, Januari 2008
- Burhan Bungin, 2008, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Predana
- Bruhn, M., V. Schoenmueller, and D.B. Schäfer. 2012. *Are Social Media Replacing Traditional Media in Terms of Brand Equity Creation?* Management Research Review 35,.
- Cangara, Hafied, 2007, *Pengantar Ilmu Komunikasi: edisi revisi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Christina Natalia, Dr. Dra Verina H. Secapramana, 2015, *Pengaruh Komunikasi Media Sosial Terhadap Persepsi Merek Yang Berdampak Pada Minat Pembelian Tas Anyaman Merek Linette*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.4 No.2
- Dan Nimmo, 2011, *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Elise E HalohoMax RembangGrace Waleleng, 2016 *“Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado*, e-journal “Acta Diurna” Volume V. No.3. Tahun 2016
- Hikmah Helyda Febriana, 2015, *Pengaruh Media Massa terhadap Pilihan Politik (Studi Deskriptif Terhadap Buruh dan Pegawai Negeri Sipil Kota Malang Pada Pemilu Presiden 2014)*
- Muis, A, Abdul, 2001, *Komunikasi Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- 2000. *Rekayasa Sosial Reformasi, Revolusi atau Manusia Besar*, Bandung: Remaja Rosdakarya