

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Media Sosial

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dalam dua kata yaitu “media” dan “sosial”. Menurut Laughey istilah “media” secara sederhana yaitu alat komunikasi, sedangkan menurut Fuchs istilah “sosial” secara sederhana yaitu terkait dengan informasi dan kesadaran (Nasrullah, 2015: 3-6). Menurut Thoyibie (2017), media sosial adalah sebuah konten berisi informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh serta interaksi dengan khalayak umum. Taprial dan Priya Kanwar (2012) mengemukakan media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial dengan secara daring (*online*) dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain sebagainya dengan orang lain.

Media sosial ialah sebuah media *online* berbasis internet melalui sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang virtual dengan didukung oleh teknologi multimedia yang canggih. Media berbasis teknologi internet mendorong dan memungkinkan setiap orang dapat saling terhubung dengan siapa saja baik orang terdekat hingga orang asing yang tidak dikenal. Media sosial mempunyai kelebihan yaitu cepat dalam penyebaran informasi dan mempunyai kekurangan yaitu mengurangi intensitas interaksi

antar orang secara langsung, kecanduan yang melebihi batas dan persoalan hukum yang diakibatkan oleh pelanggaran moral, privasi serta peraturan (R.Sudiyatmoko, 2015).

Menurut Chris Brogan (2010), media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Media sosial terdiri atas tiga bagian yaitu : (1) infrastruktur dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, (2) isi media dapat berupa pesan pribadi, berita, gagasan dan produk budaya yang berupa digital, (3) yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi dan industri (P.N Howard dan M.R Parks (2012)).

2.1.2 Karakteristik Media Sosial

Menurut Ani Mulyati (2014), media sosial mempunyai beberapa karakteristik yaitu:

a. Konten

Konten yang dibagikan kepada khalayak umum dan tidak ada batasannya, sehingga dalam media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

b. Informasi

Informasi di media sosial muncul tanpa adanya *gatekeeper* serta tidak ada hambatan sehingga suatu postingan yang dibagikan berasal dari satu jalur tanpa adanya orang lain yang menjadi perantara.

c. Interaksi

Adanya proses interaksi antar pengguna dalam menyampaikan berbagai isi pesan yang secara langsung dalam suatu jaringan.

d. *Sharing* (penyebaran)

Konten di media sosial dibuat, dikonsumsi, didistribusikan dan dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran dapat terjadi dengan dua jenis yaitu melalui konten dan melalui perangkat.

2.1.3 Ciri-Ciri Media Sosial

Ciri-ciri media sosial menurut Abbas (2014) yaitu:

- a. Konten yang disampaikan dapat dibagikan kepada banyak orang serta tidak terbatas pada satu orang.
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.
- c. Isi disampaikan secara *online*.
- d. konten dapat diterima secara *online* dalam waktu yang lebih cepat namun bisa juga tertunda tergantung pada waktu interaksi.
- e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor
- f. Dalam konten terdapat sebuah aspek fungsional seperti identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, kelompok dan reputasi.

2.1.4 Jenis-Jenis Media Sosial

a. *Collaborative Project*

Merupakan suatu media sosial yang mengizinkan penggunanya untuk membuat, menambah, mengubah dan menghapus konten tersebut

dan dalam pembuatannya dapat di akses oleh khalayak umum. Seperti wiki dan *bookmark social*

b. *Blog dan Microblogging*

Merupakan aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk mengekspresikan sesuatu dapat berupa curhat maupun kritikan terhadap kebijakan pemerintah seperti *blogspot, instagram, facebook*.

c. *Content Communities*

Merupakan jenis media sosial yang berfungsi untuk berbagi konten-konten media seperti video, gambar dan suara. Seperti: *youtube, flickr, dan slideshare*

d. *Social Networking*

Merupakan situs paling umum yang diakses oleh banyak orang seperti: *facebook, twitter, whatsapp, instagram, linkedln*.

2.2 *Instagram*

2.2.1. *Pengertian Instagram*

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi, nama *instagram* merupakan kependekan dari kata "*instan-telegram*". Instan lebih dikenal sebagai kamera palaroid yang dijuluki "*foto instan*" begitu pula dengan *instagram* yang menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan *gram* atau *telegram* mempunyai cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, yang identik dengan *instagram* yang dapat mengunggah foto dengan jaringan internet sehingga

informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. *Instagram* di remiskan pada tanggal 16 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.

Menurut *website* resmi *instagram*, *instagram* merupakan cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar, bidik foto dengan ponsel atau tablet lalu pilih filter untuk mengubah gambar. Atmoko (2012 : 10) memaparkan bahwa *instagram* adalah sebuah aplikasi pada *smartphone* yang khusus untuk media sosial dan bagian dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun mempunyai perbedaan pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi dengan pengguna yang lain.

2.2.2 Manfaat *Instagram*

Dalam penggunaannya, *instagram* menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi seperti berita, hiburan, promosi produk dan jasa, sampai kegiatan sehari-hari orang lain. *Instagram* kerap kali dinilai sebagai media sosial yang efektif sebagai sarana promosi berbagai industri sehingga tak jarang terdapat personil khusus yang mengelola *instagram* hingga menyediakan dana khusus untuk mengelolanya .

Selain itu, pengguna *instagram* juga dapat menggunakannya sebagai tujuan lain seperti berdagang, berdakwah dengan cara memposting berbagai foto serta video hingga memungkinkan terjadinya komunikasi dengan pengguna yang lain.

2.2.3 Fitur-Fitur Dalam *Instagram*

Instagram dibekali dengan berbagai macam fitur dan keunggulan yang membuat penggunanya dapat berinteraksi dan berkreasi melalui fasilitas tersebut, adapun fitur-fitur yang terdapat dalam *instagram* yaitu:

a. *Follow* (mengikuti)

Follow atau yang berarti mengikuti merupakan fitur dalam *instagram* yang dapat memungkinkan terjalinnya hubungan pertemanan antar pengguna. Pada fitur ini, antar pengguna dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi seperti memberikan tanda *like* maupun komentar serta dapat pula mengetahui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang yang kita *follow* tersebut.

b. *Like and comment* (suka dan komentar)

Fitur *like* ini memungkinkan penggunanya untuk menyukai postingan yang dikirim oleh pribadi atau pengguna lain. Dengan fitur ini kita dapat mengetahui bagaimana kualitas postingan yang diunggah, sedangkan fitur komentar dapat membuat para pengguna saling berkomunikasi perihal suatu postingan sehingga dapat menjaga hubungan dengan teman yang lama maupun menjalin suatu pertemanan yang baru.

c. *Mentions* (menyebut)

Fitur ini dapat digunakan pengguna untuk memanggil pengguna yang lain untuk mendiskusikan sesuatu maupun sekedar berbincang dalam suatu postingan.

d. Kamera

Kegunaan utama yang dimiliki *instagram* yaitu sebagai media untuk mengunggah dan berbagi video maupun foto dengan pengguna lain yang diikuti. Foto dan video tersebut dapat diunggah dengan bersumber dari galeri yang ada di *handphone* maupun melakukan pengambilan langsung melalui fitur kamera yang disediakan oleh *instagram*.

e. *Direct message* (Pesan Pribadi)

Selain dapat menggunakan fitur komentar, *instagram* juga mempunyai fitur DM (*direct message*) yang dapat digunakan penggunanya untuk saling mengirimkan pesan dan berbagi postingan secara pribadi. Melalui fitur ini, pengguna dapat membagikan postingan pribadi maupun postingan orang lain kepada pengguna yang lain lewat DM.

f. *Hashtag*

Dengan fitur ini, pengguna dapat secara mudah mengkategorikan suatu postingan sebagai topik tertentu. Fitur ini memudahkan pengguna untuk mencari topik yang diminati dengan melakukan pencarian dan akan memunculkan postingan dari berbagai sumber yang ada dengan topik yang sama.

2.3 Konsep Partisipasi Politik

2.3.1 Pengertian Partisipasi Politik

Partisipasi politik ialah suatu konsep yang sangat populer dalam ilmu politik, mempunyai beragam macam penggunaan sehingga menimbulkan konsep yang berbeda-beda. Menurut Rohaniah dan Efriza (2015), ada dua jenis keterlibatan masyarakat dalam kegiatan politik yaitu, kegiatan politik yang bersifat menimbulkan gugatan atau tuntutan terhadap sistem politik atau pemerintah dan kegiatan-kegiatan politik yang berupa kegiatan mendukung gagasan dan kebijakan-kebijakan yang dihasilkan oleh sistem politik atau pemerintah. Aspek penting dalam partisipasi politik bukan semata-mata sikap namun juga kegiatan yang bersifat empiris, merupakan kegiatan warga negara asli bukan individu yang bermain dalam ruang lingkup pemerintahan

Menurut Kevin R. Hardwick (Rohaniah dan Efriza (2015)), partisipasi politik adalah bagaimana cara-cara warga negara berinteraksi dengan pemerintah, warga negara berupaya menyampaikan kepentingan-kepentingan mereka terhadap pejabat-pejabat publik agar mampu mewujudkan kepentingan tersebut. Sedangkan Menurut Norman H. Nie dan Sidney Verba (Rohaniah dan Efriza (2015)), partisipasi politik adalah kegiatan warga negara yang legal yang bertujuan untuk mempengaruhi seleksi pejabat-pejabat negara dan/atau tindakan-tindakan yang diambil oleh mereka. Lebih lanjut, George dan Achilles (Rohaniah dan Efriza 2015)) memaparkan partisipasi politik bertujuan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan pemerintah. Memilih, mencalonkan diri hingga bergabung dengan partai politik merupakan contoh warga negara yang terlibat dalam politik.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan sukarela secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi hingga membentuk suatu kebijakan dalam pemerintah. Dengan demikian, secara luas partisipasi politik memiliki makna yaitu dapat dijadikan sebagai kegiatan masyarakat dalam kepentingan politik dan sosial seperti memberikan pendapat dan bagian dari proses perencanaan hingga dapat mempengaruhi pengambilan kebijakan.

2.3.2 Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Menurut Almond (Mohtar Mas'oe'd 2011), partisipasi politik terbagi dalam dua bentuk yaitu:

- a. Partisipasi Politik Konvensional , berupa:
 - 1) Pemberian suara atau voting
 - 2) Diskusi politik
 - 3) Kegiatan kampanye
 - 4) Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan
 - 5) komunikasi individual dengan pejabat politik atau administratif
- b. Partisipasi Politik Non-Konvensional, berupa :
 - a. Berdemonstrasi
 - b. Konfrontasi
 - c. Aksi mogok
 - d. Melakukan kerusuhan seperti perusakan fasilitas umum
 - e. Tindakan kriminal politik seperti pembunuhan dan penculikan
 - f. Aksi perang gerilya dan arus perubahan.

2.3.3 Tipologi Partisipasi Politik

Menurut Milbarth dan Goel (Anggara 2013), partisipasi politik dibedakan menjadi 4 tipologi yaitu:

- a. Apatis, individu yang sama sekali tidak tertarik dalam berpolitik
- b. Spektor, individu yang setidaknya pernah ikut andil dalam pemilihan umum
- c. Gladiator, individu yang paling aktif dalam partisipasi politik
- d. Pengkritik, individu yang menjadi penyokong suatu gagasan apabila tidak setuju akan suatu gagasan atau tidak setuju karena tidak sepemahaman.

2.3.4 Fungsi Partisipasi Politik

Menurut Arbit Sanit dalam buku Sastroatmodjo (1995), terdapat tiga fungsi partisipasi politik yaitu:

- a. Memberikan dukungan kepada pemerintah atau pejabat yang dipilih serta sistem politik yang diterapkan
- b. Sebagai usaha dalam menunjukkan kelemahan dan kekurangan pemerintah
- c. Sebagai tantangan terhadap pejabat/penguasa yang dimaksudkan untuk menjatuhkan dan diharapkan membentuk perubahan struktural dalam pemerintah dan sistem politik, kegiatannya dapat berupa pemogokan, kudeta dan huru-hara.

Menurut Sahid (2011: 184), partisipasi politik memiliki fungsi bagi pemerintah yaitu, untuk mendorong program-program pemerintah. Partisipasi politik digunakan sebagai wujud dari menyuarakan kepentingan rakyat dapat berupa saran, kritikan dan masukan terhadap perencanaan serta pelaksanaan guna meningkatkan pembangunan.

2.3.5 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Politik

Menurut Subakti (Sahid, 2011 : 185) menyebutkan terdapat dua variabel yang mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat partisipasi seseorang, yaitu:

- a. Aspek kesadaran politik yaitu adanya kesadaran seseorang terhadap hak dan kewajiban sebagai warga negara misalnya hak politik, hak ekonomi, hak mendapatkan jaminan sosial, dan lainnya.
- b. Aspek penilaian dan apresiasi seseorang terhadap pemerintah, baik terhadap pelaksanaan pemerintahannya maupun kebijakan-kebijakannya.

Menurut Weimar dalam buku Sastroatmodjo (Sahid, 2011: 185-286), terdapat lima penyebab timbulnya partisipasi politik, yaitu:

- a. Modernisasi pada semua bidang kehidupan sehingga masyarakat banyak menuntut hingga ikut dalam kekuasaan politik.
- b. Perubahan pada struktur kelas sosial, adanya pembuatan keputusan politik yang menjadi penting dapat mengakibatkan perubahan pada pola partisipasi politik.

- c. Pengaruh kaum intelektual dan komunikasi masa modern.
- d. Konflik antar kelompok pemimpin politik, apabila terjadi konflik antar elit maka dukungan dari rakyatlah yang dicari.
- e. Keterlibatan pemerintah yang luas dan tinggi dalam urusan sosial, ekonomi dan budaya. Dengan adanya aktivitas pemerintah yang merangsang timbulnya tuntutan-tuntutan yang terorganisasi maka akan muncul keikutsertaan dalam membuat keputusan atau kebijakan politik.

2.4 Pemilih Pemula

Menurut Undang-Undang pemilu Bab IV Pasal 198 Ayat 1 menyebutkan bahwa pemilih pemula adalah warga negara indonesia yang pada hari pemilihan atau pemungutan suara genap berusia 17 tahun dan atau lebih, atau sudah/pernah menikah yang mempunyai hak memilih, dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan undang-undang pemilu. Pemilih pemula merupakan pemilih yang baru pertama kali memilih karena baru memasuki usia pemilih yaitu 17 hingga 21 tahun. Pengetahuan mereka terhadap pemilu tidak berbeda jauh dengan kelompok yang lainnya, namun berbeda mengenai antusiasme dan preferensi.

Pemilih pemula yang terdiri atas pelajar atau mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun mempunyai segmen yang unik, sebab perilaku pemilih pemula mempunyai antusiasme yang tinggi, relatif lebih rasional, haus akan perubahan dan tipis akan kadar populasi pragmatisme.

Syarat-syarat yang harus dimiliki untuk menjadikan seorang dapat memilih yaitu:

1. WNI (warga negara Indonesia) yang berusia 17 tahun atau sudah/ pernah kawin
2. Tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya
3. Terdaftar sebagai pemilih
4. Bukan anggota TNI/Polri
5. Tidak sedang dicabut hak pilihnya
6. Terdaftar di DPT (Daftar Pemilih Tetap)
7. Khusus untuk pemilukada calon pemilih harus berdomisili sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan di daerah yang bersangkutan

2.5 Teori Stimulus Organisme Respon (SOR)

Teori ini dikemukakan oleh Hovland (1953), suatu model klasik komunikasi yang mendapat pengaruh dari teori psikologi. Sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan koneksi merupakan komponen teori SOR yang berupa objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan ialah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan serta memperkirakan persamaan antara pesan dan reaksi komunikasi. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa orang dapat dimotivasi dan diilhami oleh sebuah pesan yang mengarah pada pemahaman langsung mengenai pesan tersebut dan menimbulkan perubahan perilaku. Informasi yang diperoleh dapat dari berbagai sumber, termasuk didalamnya media sosial yang dapat mempengaruhi perspektif dan kerangka berpikir saat menerima pesan yang diterima.

Teori ini bertujuan untuk mendefinisikan komunikasi dalam hal transformasi sikap. Teori ini mengasumsikan bahwa komunikasi sebagai aksi-reaksi yang sangat sederhana dimana kata-kata verbal, isyarat nonverbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu dapat merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2008:143-144). Pesan (stimulus,S), komunikan/seorang penerima (organism,O) dan efek (respon,R) merupakan unsur-unsur dalam teori ini (Rohim, 2016:185).

2.5.1 Sikap

Dalam buku sikap manusia yang ditulis oleh Saifuddin Azwar (2013), sikap didefinisikan sebagai keteraturan tertentu dalam hal ini perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek dilingkungan sekitarnya. Afeksi atau penilaian positif dan negatif terhadap suatu objek menurut sikap yaitu ketidakberpihakan atau disebut dengan netral tetap termasuk kedalam sikap meskipun tidak menjadikannya negatif maupun positif. “Sikap juga dikatakan sebagai satu response evaluative, dimana respon hanya akan timbul apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya reaksi individual” (Azwar, 2013, p.6). Sikap seseorang terhadap suatu objek yaitu *favourable* (perasaan mendukung atau memihak) dan *unfavourable* (perasaan tidak mendukung atau tidak memihak) pada suatu objek.

2.5.2 Struktur dan Pembentukan Sikap

Terdapat tiga komponen dalam struktur sikap yaitu:

- 1) Komponen kognitif, berisi tentang kepercayaan seseorang terhadap apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap.
- 2) Komponen afektif, menyangkut masalah emosional subjektif terhadap suatu objek sikap
- 3) Komponen konatif, sikap yang menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang yang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.

2.6 Peneliti Terdahulu

Penulis memanfaatkan penelitian sebelumnya sebagai referensi saat melakukan penelitian ini sehingga dapat memperluas ide penelitian yang akan dilakukan, beberapa penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.A Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hasil penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Devita Anggraini, dkk. (2022). Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik	Adanya pengaruh positif yang signifikan antara penggunaan media jejaring instagram terhadap tingkat partisipasi politik	Meneliti mengenai partisipasi politik pemilih pemula, menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan tempat, waktu, indikator dan tahun penelitian.

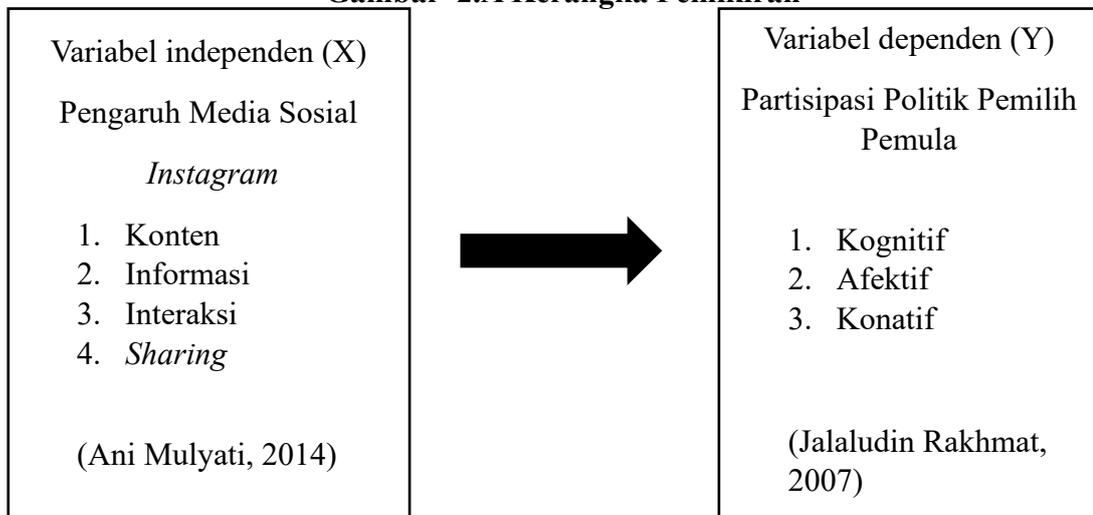
<p>Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019”</p>	<p>remaja pada mahasiswa/i S1 jurusan ilmu komunikasi universitas paramadina, adapun pemanfaatan instagram sebagai media kontribusi yaitu sebesar 64,4%</p>		
<p>Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada</p>	<p>Penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikannya sebagai sumber informasi yang utama. Pemilih pemula memiliki pengaruh dalam perebutan suara</p>	<p>Meneliti mengenai partisipasi politik pemilih pemula, menggunakan metode kuantitatif, teori yang digunakan sama</p>	<p>Perbedaan tempat, waktu, fokus penelitian dan tahun penelitian.</p>

Mahasiswa Fisipol UGM”.	yang khususnya melalui kampanye di media sosial.		
Dimaz Andriyendi, Nurman S, Susi Fitria Dewi (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pilkada”.	Hasil penelitian ini adalah pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula memiliki nilai adjust R square 0.306 yang artinya pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik pemilih pemula sebesar 31%.	Meneliti mengenai partisipasi politik pemilih pemula, menggunakan metode kuantitatif, konsep teori yang digunakan sama	Perbedaan mengenai kajian penelitian, variabel penelitian, tempat, waktu dan tahun penelitian

2.7 Kerangka Pemikiran

Agar sampai kepada pembahasan penelitian ilmiah, perlu diketahui terlebih dahulu kerangka berpikir ilmiah. Hal tersebut guna menjadi landasan yang memberikan dasar-dasar pemikiran yang lebih kuat sehingga menjadikannya acuan dalam berdirinya hasil-hasil penelitian tersebut.

Gambar 2.A Kerangka Pemikiran



Sumber: Pemikiran Penulis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas yaitu untuk mencari bagaimana pengaruh media sosial *instagram* (variabel X) terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Mahasiswa FISIP Unsil pada pemilu 2024 (variabel Y).

2.8 Hipotesis

Secara etimologi, kata hipotesis berasal dari kata hypo dan tesis. Hypo mempunyai arti kurang sedangkan thesis berarti pendapat. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya sehingga harus diuji terlebih dahulu karena bersifat sementara atau dugaan awal.

a. Hipotesis alternatif (**H_a**)

Adanya Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa FISIP Universitas Siliwangi Tahun Akademik 2023 pada pemilu 2024.

b. Hipotesis Nol (**H₀**)

Tidak Adanya Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa FISIP Universitas Siliwangi Tahun Akademik 2023 pada pemilu 2024.