

**HUBUNGAN MENGAKSES AKUN *INSTAGRAM* PARTAI SOLIDARITAS
INDONESIA DENGAN PERILAKU POLITIK MAHASISWA HMI-DIPO
UIN SUNAN KALIJAGA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**Yuni Apriyanti
NIM 15210098**

Dosen Pembimbing

**Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-144/Un.02/DD/PP.00.9/01/2020

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN MENGAKSES AKUN INSTAGRAM PARTAI SOLIDARITAS
INDONESIA DENGAN PERILAKU POLITIK MAHASISWA HMI - DIPO
UIN SUNAN KALIJAGA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YUNI APRIYANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 15210098
Telah diujikan pada : Selasa, 14 Januari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji I

Penguji II

Dr. H. M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005

Dra. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002

Yogyakarta, 14 Januari 2020

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
Email : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Yuni Apriyanti

NIM : 15210098

Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA MENGAKSES AKUN
INSTAGRAM PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA
DENGAN PERILAKU POLITIK MAHASISWA HMI
UIN SUNAN KALIJAGA**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 17 Desember 2019

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP : 19680103 199503 1 001

Pembimbing Skripsi

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yuni Apriyanti
NIM : 15210098
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Hubungan Antara Mengakses Akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia Dengan Perilaku Politik Mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 17 Oktober 2019

Yang Menyatakan,



Yuni Apriyanti

NIM. 15210098

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tanagn dibawah ini:

Nama : Yuni Apriyanti
NIM : 15210098
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini mneyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan meyangkutkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Oktober 2019

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yuni Apriyanti
NIM. 15210098

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini penulis persembahkan untuk :

Kedua Orang Tuaku, Bapak dan Mamak yang selalu memberikan kasih sayang dengan cara yang tak biasa. Terimakasih selalu berjuang membantuku meraih impian-impianku.

Kakak-kakakku: Arif Budianto, Diyah Sri Samsiati, Cecep Saifudin, Muhammad Fafkhurrozi dan Muhammad Ikhsan Nurudin, yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaku.

serta untuk Almamaterku Tercinta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

...وَلَمْ أَكُنْ بِدُعَائِكَ رَبِّ شَقِيًّا

“...dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada Engkau, ya Tuhanku.”

QS. Maryam Ayat 4

Kenyamanan adalah penjara kebebasan dan hambatan untuk berkembang.

-John F. Kennedy



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur kehadiran Allah *Subhanahuwata'ala* atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad *Salallohu'alaihi wassalam* yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak, untuk itu saya mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., P.hD.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
4. Dosen Penasihat Akademik, Dra. Anisah Indriati, M.Si., terimakasih atas nasihat, motivasi, dukungan dan bimbingan selama saya menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Drs. Abdul Rozak, M.Pd., yang telah berkenan memberikan bimbingan, saran dan petunjuk dengan penuh kesabaran dan

pengertian kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih atas bimbingan yang telah bapak berikan.

6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang senantiasa tulus dan ikhlas memberikan bantuan selama kuliah.
7. Kedua Orang Tua saya Bapak dan Mamak, atas segala dukungan, kasih sayang dan pengertian yang selalu diberikan untuk saya, serta telah rela berkorban demi mimpi-mimpi saya.
8. Kakak-kakakku Arif Budianto, Diyah Sri Samsiati, Cecep Saifudin, Muhammad Fafkhurrozi dan Muhammad Ikhsan Nurudin, yang selalu mendukungku untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabatku Eri Pradiptya, Yuni Ratna Sari Dewi, Desi Rahayu, Galang Ihsan Isnanto, Muhammad Fahrur Rifa'i, Renaldi Anggriawan, Lumban Nusa yang senantiasa meluangkan waktu untuk membantu dan memberikan dukungan.
10. Teman-teman kontrakan Ahmad Paisal Padang, Ravi Ardiansyah, Muammar Khadafi, Nur Muhammad Al Ambar, Muhammad Tamal Sembiring, Mahdi Handayani, Aldi Rifqillah, yang senantiasa selalu bisa diandalkan ketika butuh bantuan dan tumpangan.
11. Teman-teman skripsian Ilma Fadhilah, Miftahul Ilmi, Nurul Wahida, Alfira Maryana Andarita, terimakasih atas bantuan masukan dari kalian.
12. Sahabat-sahabatku Nurida Sartika, Qulfa Khoirunnisa, Yeni Suryaningsih, Estetika Prapinanti atas dukungan, kontribusi dan semangat yang telah diberikan.

13. Teman-teman KKN 96 kelompok 73 Wonokerto Turi Sleman, Isnani Indriati, Nely Zulfa Diana, Elsa Navella, yang senantiasa mengingatkan untuk segera lulus.

14. Seluruh teman-teman KPI Kelas C dan KPI 2015

15. Dan mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga, terutama pengurus HMI periode 2018/ 2019 yang telah berkenan menjadi responden penelitian saya.

Serta seluruh pihak yang tak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Terimakasih atas bantuan, dukungan, dan doa yang sudah diberikan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua. Amin.

Yogyakarta, 28 Oktober 2019

Penulis,

Yuni Apriyanti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hubungan Mengakses Akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia Dengan Perilaku Politik Mahasiswa HMI-DIPO UIN Sunan Kalijaga

Yuni Apriyanti

NIM.15210098

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara mengakses akun *Instagram* dengan perilaku politik. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pengurus HMI-DIPO UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018/2019, yang mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 150 orang dan diperoleh sampel sebanyak 58 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensitas mengakses, perilaku politik dan teori SOR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun analisis data yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara mengakses akun *instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik Mahasiswa HMI-DIPO UIN Sunan Kalijaga dengan kategori hubungan rendah yaitu sebesar 0.368 dan arah hubungan positif, yaitu semakin tinggi intensitas mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia, maka semakin tinggi pula perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

Kata Kunci: Intensitas Mengakses, Perilaku Politik, Partai Solidaritas Indonesia, HMI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	1
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	12
F. Kerangka Pemikiran.....	23
G. Hipotesis.....	24
H. Sistematika Pembahasan	25
BAB II METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Analisis Penelitian.....	27
B. Definisi Konseptual.....	27
C. Definisi Operasional.....	30
D. Populasi dan Sampel Penelitian	31
E. Instrumen Penelitian.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36

G. Validitas Dan Reliabilitas.....	38
H. Analisis Data	43
BAB III GAMBARAN UMUM.....	46
A. Gambaran Umum Partai Solidaritas Indonesia	46
B. Profil Himpunan Mahasiswa Islam	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA.....	58
A. Data Responden.....	58
B. Deskripsi Data Penelitian	60
C. Uji Hipotesis.....	74
D. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	78
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel X dan Variabel Y.....	30
Tabel 2 Data Mahasiswa (anggota) HMI UIN Sunan Kalijaga.....	33
Tabel 3 Skala Likert	36
Tabel 4 Kisi-kisi Instrumen	36
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel X	39
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	42
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	43
Tabel 9 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 10 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas.....	60
Tabel 11 Indikator Perhatian Terhadap Akun Instagram PSI	62
Tabel 12 Indikator Pemahaman.....	63
Tabel 13 Durasi Mengakses	64
Tabel 14 Frekuensi Mengakses	66
Tabel 15 Intensitas Mengakses Secara Keseluruhan.....	67
Tabel 16 Aspek Kognitif	69
Tabel 17 Aspek Afektif	71
Tabel 18 Aspek Konatif	72
Tabel 19 Perilaku Politik Mahasiswa HMI.....	73
Tabel 20 Uji Normalitas.....	75
Tabel 21 Uji Linieritas	76
Tabel 22 Hasil analisis <i>Pearson Product Moment</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 10 Negara Pengguna <i>Instagram</i> Terbanyak di Dunia	3
Gambar 2 Model S-O-R	15
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4 Profil akun instagram @psi_id	49
Gambar 5 Postingan PSI Tentang Politik dan Ibukota Jakarta.....	50
Gambar 6 Postingan @psi_id terkait kampanye pemilu 2019	51
Gambar 7 Berita PSI menolak poligami.....	52


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem pemilu di Indonesia saat ini telah membuka ruang partisipasi publik dalam bentuk pemilihan langsung mulai dari pemilu legislatif, presiden, gubernur dan wakil gubernur, sampai walikota dan wakil walikota/bupati dan wakil bupati. Kondisi ini menuntut aktor-aktor politik yang memiliki target kekuasaan memiliki sebuah keahlian untuk meraih simpati masyarakat. Pola-pola kampanye tradisional terutama menggunakan instruksi kekuasaan, kini tidak zaman lagi. Masyarakat kini tidak bisa lagi didikte, mereka punya kebebasan untuk menentukan sikap dan perilaku politik serta pilihan politik. Dalam hal ini kemudian bagaimana setiap aktor politik bisa meraih simpati publik. Mau tidak mau proses kampanye politik harus menggunakan pola-pola modern yang lebih kreatif dan inovatif, termasuk di dalamnya media apa yang digunakan.¹ Dengan kemajuan teknologi seperti saat ini, banyak partai politik menggunakan internet sebagai media kampanye mereka.

Melalui *internet*, komunikasi politik dapat dilakukan dengan menyertakan jutaan orang dari seluruh dunia, tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi. Khalayak yang tercipta oleh internet tersebut sangat khas, yaitu sebuah masyarakat yang terbentuk oleh jaringan komputer, yang disebut

¹ Roni Tabroni *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, cet.2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 3.

dengan masyarakat maya (*cyber space*).² Media sosial menjadi instrumen dalam berpolitik. Peran masyarakat semakin terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya pada media. Kehadiran media sosial ini tentunya menjadi bentuk baru dalam aktivitas politik. Media sosial dapat menjadi mekanisme penting dalam menghimpun aksi, protes, dan gerakan sosial. Masyarakat atau publik dapat berpartisipasi langsung dan *sharing* informasi mengenai pihak-pihak yang mereka percaya, seperti teman atau keluarga. Adanya kepercayaan atau simpati ini selanjutnya berpotensi dalam mendorong lahirnya gerakan-gerakan sosial di dalam media sosial.³

Terdapat banyak aplikasi media sosial saat ini, salah satu media sosial yang saat ini sedang sangat diminati adalah *Instagram*. Alasan mengapa *Instagram* berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung “narsis”. Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di *Instagram*. Bukan hanya foto pribadi, foto makanan, serta tempat-tempat umum yang biasanya memiliki daya tarik juga tidak pernah lepas untuk menjadi sasaran pengguna *Instagram* untuk difoto.⁴ *Instagram* sendiri merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Di Indonesia pengguna *Instagram*

² Anwar Arifin, *Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi- dan Komunikasi Polit Indonesia)* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 159.

³ Hermin Indah Wahyuni, *Kebijakan “Media Baru” di Indoensia (Harapan, Dinamika, dan Capapaian Kebijakan “Media Baru” di indonesia)* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013), hlm. 71.

⁴ “Instagram”, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 6 Februari 2019.

rata-rata mencapai 89%. Menurut Brand Development Lead *Instagram* APAC Paul Webster dikutip dari situs berita online *tribunnews.com* Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbanyak dengan 89 persen *Instagrammers* yang berusia 18-34 tahun mengakses IG setidaknya seminggu sekali. Pengguna *Instagram* mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan.⁵ Karena hal inilah *Instagram* memiliki potensi untuk menarik minat kaum muda lebih tinggi dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya. Selain itu berdasarkan survei *Instagram's* top countries pada tahun 2018, Indonesia menduduki peringkat ke empat sebagai negara yang aktif dalam mengakses media sosial *Instagram*.

COUNTRIES WITH THE LARGEST NUMBER OF ACTIVE INSTAGRAM USERS				COUNTRIES WITH THE HIGHEST INSTAGRAM PENETRATION RATES			
#	COUNTRY	USERS	PENETRATION	#	COUNTRY	PENETRATION	USERS
01	UNITED STATES	110,000,000	34%	01	BRUNEI DARUSSALAM	49%	210,000
02	BRAZIL	57,000,000	27%	02	SWEDEN	47%	4,700,000
03	INDONESIA	53,000,000	20%	03	ARUBA	46%	49,000
04	INDIA	52,000,000	4%	04	CAYMAN ISLANDS	45%	28,000
05	TURKEY	33,000,000	41%	05	ICELAND	45%	150,000
06	RUSSIA	29,000,000	20%	06	NORWAY	43%	2,300,000
07	IRAN	24,000,000	29%	07	BAHRAIN	43%	660,000
08	JAPAN	22,000,000	17%	08	CYPRUS	42%	500,000
09	UNITED KINGDOM	21,000,000	32%	09	TURKEY	41%	33,000,000
10	MEXICO	20,000,000	15%	10	ISRAEL	39%	3,300,000

SOURCE: EXTRAPOLATION OF DATA FROM FACEBOOK, JANUARY 2018.

Hootsuite we are social

Gambar 1: 10 Negara Penggunas *Instagram* Terbanyak di Dunia

Sumber: www.wearesocial.com diakses pada 30 Maret 2019

Keunggulan *Instagram* yang memiliki peminat dari generasi muda menjadikan *Instagram* juga sering digunakan untuk mengiklankan maupun

⁵ Ruth Vania C, "Mayoritas Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Adalah Anak Muda", *Tribunnews.com*, <https://www.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda>, diakses pada 23 Juli 2019

mempromosikan suatu barang atau jasa. Mulai dari artis tanah air, tokoh masyarakat hingga partai politik. Untuk itulah Partai Solidaritas Indonesia juga menjadikan *Instagram* sebagai salah satu media kampanye partai politik mereka yang menyasar kepada generasi muda sekarang. Dengan nama akun *psi_id* dan jumlah pengikut 218.000 dengan tagline “Terbuka, Progresif, Itu Kita” menjadikan partai politik PSI termasuk kedalam partai yang aktif mengkampanyekan partai politik mereka melalui media sosial. Partai yang baru dibentuk pada tahun 2014 ini memang mengambil target partisipan dari kalangan anak muda, perempuan dan lintas agama.⁶ Model kampanye yang mereka berikan pun khas dengan gaya anak muda jaman sekarang. Disamping itu meskipun parpol PSI memiliki target sasaran anak muda, terdapat kontroversi yang sempat mewarnai partai ini.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mengejutkan banyak kalangan ketika ketua umumnya eksplisit menyatakan garis partai yang menolak poligami. Beberapa kalangan memuji dan mendukungnya, namun sejumlah politikus partai lain mengecamnya. Seorang pengamat politik menyatakan bahwa ini langkah yang mendobrak tabu sekaligus upaya memosisikan diri menghadapi pemilihan legislatif 2019. Komnas Perempuan juga memujinya. Namun politikus dari Partai Demokrat menyebut PSI sekadar cari sensasi, dan sesepuh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menganggapnya sebagai sikap tidak demokratis. Selain itu, PSI juga bermaksud merevisi Undang-undang No. 1 Tahun 1974 tentang perkawinan. Dalam pasal 3, disebutkan bahwa

⁶ “Partai Solidaritas Indonesia”,
https://id.wikipedia.org/wiki/Partai_Solidaritas_Indonesia, diakses pada 14 Februari 2019

"pengadilan dapat memberi izin kepada seorang suami untuk beristeri lebih dari seorang apabila dikehendaki oleh pihak-pihak yang bersangkutan." Sikap PSI mendapat dukungan dari Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan, atau Komnas Perempuan.⁷

Untuk itulah hubungan mengakses akun *Instagram* PSI penting untuk diteliti. Selain itu juga untuk mengetahui perilaku politik masyarakat terutama generasi muda dalam hal ini mahasiswa tentang pandangan mereka terhadap partai politik baru yaitu Partai Solidaritas Indonesia apakah mampu menarik generasi muda dengan kampanye melalui media sosial.

Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) UIN Sunan Kalijaga masuk kedalam kriteria responden yang peneliti inginkan. Selain HMI yang merupakan organisasi kampus berbasis keislaman, organisasi ini juga terlibat dalam politik kampus. Mahasiswa menjadi target sasaran dalam penelitian ini sebab termasuk kedalam generasi muda dan juga merupakan pengguna aktif di sosial media terutama *Instagram*. Sekitar 4 persen calon legislatif di DIY berprofesi sebagai mahasiswa.⁸ Dalam penelitian ini, peneliti memilih responden HMI-DIPO sebagai sampel penelitian yang digunakan.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin meneliti mengenai hubungan mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

⁷ "Politik anti poligami PSI: dituduh cari sensasi dipuji mendobrak tabu", <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46535342>, diakses pada 19 Februari 2019.

⁸ Noristera Pawestri, "Data Pekerjaan Caleg DPRD DIY pada Pemilu 2019", *Tribunjogja.com*, <https://jogja.tribunnews.com/2018/10/05/data-pekerjaan-caleg-dprd-diy-pada-pemilu-2019>, diakses pada 14 Februari 2019.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, rumusan masalah yang diambil peneliti yaitu :

1. Bagaimana intensitas mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga dalam mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia?
2. Bagaimana perilaku politik HMI terhadap akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia?
3. Apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana intensitas mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia HMI UIN Sunan Kalijaga.
- b. Untuk mengetahui perilaku politik mahasiswa HMI terhadap akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

2. Kegunaan Penelitian

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Secara Teoritis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan keilmuan, khususnya mengenai hubungan mengakses akun *Instagram* dengan perilaku politik.
- 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai hubungan mengakses akun *Instagram* dengan perilaku politik.

b. Kegunaan Secara Praktis

- 1) Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur bagi mahasiswa untuk digunakan sebagai bahan membuat jurnal maupun skripsi dengan perbaikan kedepannya.

D. Kajian Pustaka

Studi pustaka (atau sering disebut juga studi literatur, maupun kajian pustaka) merupakan sebuah proses mencari berbagai literatur, hasil kajian atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Ada berbagai jenis sumber pustaka (literatur) yang dapat dimanfaatkan.⁹ Dalam buku lain kajian pustaka atau telaah pustaka berisi tentang tinjauan atas penelitian dan karya ilmiah terdahulu (buku, skripsi, tesis, disertasi, artikel,

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet. 3, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 46.

dan sebagainya). Kajian pustaka berfungsi untuk menjelaskan posisi dan titik pijak peneliti di tengah penelitian sejenis yang pernah dilakukan orang.¹⁰ Terdapat sejumlah penelitian berupa jurnal mengenai hubungan intensitas mengakses, dampak media, dan perilaku politik. Beberapa penelitian tersebut peneliti gunakan sebagai kajian pustaka dalam penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian yang relevan tersebut antara lain :

Pertama, penelitian ini dilakukan oleh Andry Ivana Rizki mahasiswa jurusan Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjudul Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri. Subjek penelitian ini siswa kelas XI SMK Negeri 7 Surakarta berjumlah 88 orang dengan karakteristik yaitu memiliki akun instagram, aktif dalam mengakses akun instagram (sekurangnya tiga kali dalam sehari dan menggunakan instagram 1 sampai 2 jam atau lebih dalam sehari, membuat status, mengupload video dan foto, memeriksa pemberitahuan atau notifikasi, dan mengolah atau mengaplikasikan fitur-fitur yang disediakan oleh instagram). Teknik analisis data menggunakan korelasi Product Moment dari Carl Pearson dengan bantuan program SPSS versi 16.0 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,130 dengan

¹⁰ Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), hlm. 15.

signifikansi = 0,113 ($p > 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.¹¹

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode analisis data dengan menggunakan korelasi Product Moment. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek yang diteliti, yaitu akun instagram Partai Solidaritas Indonesia, mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Umu Nisa Ristiana, mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Kalijaga yang berjudul Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal. Hipotesis awal penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 474 siswa. Pemilihan sampel menggunakan teknik Stratified Random Sampling metode alokasi proporsional dengan hasil kelas X 33 siswa, kelas XI 33 siswa dan kelas XII 34 siswa. Alat pengumpulan data menggunakan skala, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan pengujian prasyarat analisis (uji normalitas dan uji linieritas) dan uji hipotesis menggunakan Pearson's Product Moment Correlation. Berdasarkan hasil perhitungan statistik

¹¹ Andry Ivana Rizki, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri*, Skripsi (Surakarta: Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), hlm. 17.

didapatkan perolehan koefisien korelasi (r_{xy}) = 0.057 dengan $p = 0.574$ ($p > 0.05$), artinya tidak ada hubungan positif signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta.¹²

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama menganalisis tentang hubungan intensitas mengakses media sosial. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek kajian yang diteliti, yaitu akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dan mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

Ketiga penelitian yang dilakukan oleh Rizki Rahman Harahap, mahasiswa jurusan Sosiologi, Universitas Riau yang berjudul *Perilaku Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum (Pemilu) Legislatif Kabupaten*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku politik masyarakat dalam pemilihan anggota legislatif Kabupaten Siak, serta untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pemilih pada masyarakat dalam pemilihan umum legislatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik penentuan responden penelitian ini melalui teknik purposive sampling dan key informan atau key person dimana peneliti sudah memahami informasi awal tentang objek penelitian maupun informan penelitian, sehingga membutuhkan key person untuk memulai melakukan

¹² Umu Nisa Ristiana, "Hubungan Antara Intesitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman Yogyakarta", *Jurnal Transformatif*, vol.2:2 (Oktober 2018), hlm. 17.

wawancara. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner.¹³

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada pembahasan mengenai perilaku politik. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek penelitian yang digunakan serta analisis data dan jenis penelitiannya.

Keempat skripsi penelitian yang dilakukan oleh Hanif Atin Lutfiana, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul Hubungan Intensitas Mengakses Akun Gosip di *Instagram* dengan Perilaku Bergosip Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara intensitas mengakses akun gosip di *Instagram* dengan perilaku bergosip. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2015-2018, yang mengakses akun-akun gosip di *Instagram*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 365 dan diperoleh sampel sebanyak 63 mahasiswa dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori intensitas mengakses, teori perilaku bergosip dan teori S-O-R. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun analisis data yang digunakan adalah korelasi *Person Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

¹³ Rizki Rahman Harahap, "Perilaku Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum (Pemilu) Legislatif Kabupaten", *Jurnal Sosiologi*, vol. 3:2 (Oktober, 2016), hlm. 14.

terdapat hubungan antara intensitas mengakses akun gosip di *Instagram* dengan perilaku bergosip Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan kategori hubungan rendah yaitu sebesar 0,359 dan arah hubungan positif, yaitu semakin tinggi intensitas mengakses akun gosip di *Instagram*, maka semakin tinggi pula perilaku bergosip Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada kajian teori yaitu hubungan intensitas mengakses dan teori SOR, serta metode penelitiannya. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel kedua, perilaku bergosip dan responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang mendukung dan dianggap cocok untuk dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Perilaku Politik

Perilaku politik merupakan studi yang mempelajari tentang perilaku seseorang, secara lebih spesifik adalah aktor politik, pemilih dan politisi. Perilaku politik memberikan beberapa pemahaman tentang hubungan antara tindakan politik seorang warga negara dan sebuah proses politik dalam suatu sistem demokrasi. Tujuan utama dari mengetahui tentang

perilaku politik adalah untuk menjelaskan apakah perilaku seorang pemilih dapat dikatakan netral atau tidak.¹⁴

Perilaku politik dapat dirumuskan sebagai kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Interaksi antara pemerintah dan masyarakat, antar lembaga pemerintah dan antara kelompok dan individu dalam masyarakat dalam rangka proses pembuatan, pelaksanaan, dan penegakan keputusan politik pada dasarnya merupakan perilaku politik. Perilaku politik merupakan salah satu aspek dari perilaku secara umum karena disamping perilaku politik masih ada perilaku yang seperti perilaku ekonomi, perilaku budaya, perilaku keagamaan dan sebagainya.¹⁵

Menurut Sitepu perilaku politik dapat dirumuskan sebagai kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik dan yang melakukan kegiatan politik tersebut adalah pemerintah dan masyarakat. Perilaku politik dapat dibagi ke dalam dua bagian pokok yakni: pertama, perilaku politik lembaga-lembaga dan pejabat pemerintah, kedua, perilaku politik warga negara biasa (baik sebagai individu maupun kelompok). Suatu tindakan dan keputusan politik tidak hanya ditentukan oleh fungsi (tugas dan wewenang) yang melekat pada lembaga yang mengeluarkan keputusan (sedangkan fungsi itu sendiri merupakan upaya mencapai tujuan masyarakat, negara atau nilai-nilai politik), tetapi juga

¹⁴ Khairunnisa, *Partisipasi dan Perilaku Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Presiden 2014*, Skripsi (Jakarta: Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hlm. 30.

¹⁵ Sudijono Sastro Atmojo, *Perilaku Politik* (Semarang: Ikip Semarang Press, 1995), hlm. 2.

dipengaruhi oleh kepribadian (keinginan dan dorongan, persepsi dan motivasi, sikap dan orientasi, harapan dan cita-cita, ketakutan dan pengalaman masa lalu) individu yang membuat keputusan tersebut.¹⁶

Terdapat dua fungsi politik yang menjelaskan tentang siapa yang melakukan kegiatan politik. Perilaku politik tidaklah merupakan sesuatu yang berdiri sendiri tetapi mengandung keterikatan dengan hal-hal lain. Perilaku politik yang ditunjukkan oleh individu merupakan hasil pengaruh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang menyangkut lingkungan alam maupun lingkungan sosial budaya. Diperlukan unit analisis untuk melihat perilaku politik, yaitu :

1. Individu sebagai aktor politik lebih memiliki pengaruh dalam proses politik adalah pemimpin dan pemerintah.
2. Individu sebagai agregasi politik adalah kelompok individu yang tergabung dalam suatu organisasi seperti partai politik, kelompok kepentingan, birokrasi, dan lembaga-lembaga pemerintahan.
3. Tipologi kepribadian politik adalah tipe-tipe kepribadian pemimpin, seperti otoriter, demokratis, leissfer.¹⁷

2. Media sosial *Instagram*

Menurut beberapa ahli dari berbagai literatur penelitian, definisi media sosial sebagai berikut:¹⁸

¹⁶ Rizki Rahman, "Perilaku Politik", hlm. 14.

¹⁷ Sudjiono Sastroatmodjo, *Perilaku Politik* (Semarang: IKIP Semarang Press, 2005), hlm. 10-11.

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, cet. 2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2016), hlm. 7.

- 1) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
- 2) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to corporate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka instisuional maupun organisasi.
- 3) Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai wadah ikatan sosial.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹⁹

Pembagian jenis media sosial ke dalam beberapa kategori merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu. Terdapat enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu:

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 11.

- 1) Media jejaring sosial (*social networking*)
- 2) Jurnal online (*blog*)
- 3) Jurnal online sederhana atau mikrolog (*microblogging*)
- 4) Media berbagi (*media sharing*)
- 5) Penanda sosial (*social networking*)
- 6) Media konten bersama atau *Wiki*.

Dari berbagai kategori diatas muncul media baru yang saat ini sering digunakan oleh masyarakat seperti *Twitter*, *Yotube*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Telegram*, dan lainnya. Diantara media sosial tersebut *Instagram* termasuk kedalam media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini terutama kalangan anak muda. *Instagram* termasuk kedalam jenis media *sharing* yang memfasilitasi penggunaanya untuk dapat berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya. Namun *Instagram* sendiri belum dapat untuk berbagi media berupa dokumen.²⁰

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. *Instagram* dikembangkan oleh perusahaan *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin

²⁰ *Ibid.*, hlm. 44.

Systrom dan Mike Krieger berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam.²¹

Media sosial *Instagram* memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring media sosial lainnya, fitur-fitur tersebut diantaranya:

- d. Pengikut (*followers*) dan mengikuti (*following*)
- e. *Like* dan *comment*
- f. Mengunggah Foto
- g. Kamera
- h. Efek foto
- i. *Tag* dan *Hashtag*
- j. Judul foto (*caption*)
- k. Integrasi ke Jejaring Sosial

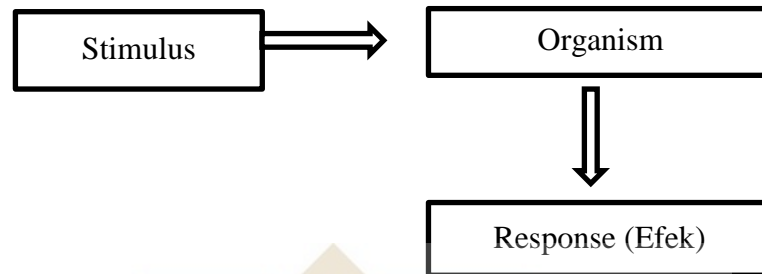
3. Teori *Stimulus-Organism-Respon*

Menurut teori stimulus respon, dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*How*” bukan “*What*” dan “*Why*”. Perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian, pengertian dan penerimaan komunikan.²² Lebih jelasnya, dapat dilihat dibagian di bawah ini :

²¹ “Instagram”, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada 24 Juni 2019

²² Christopher, “*Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy-Gangnam Style Di Youtube*”, *Jurnal E-Komunikasi*, vol. 1:3 (2013), hlm. 2.

Gambar 2 :
Model S-O-R



Sumber: Model Pembentukan Respon Oleh Saefuddin Azwar

Berdasarkan gambaran di atas, menunjukkan alur bagaimana model komunikasi dilakukan dalam perubahan sikap. Setiap aksi pasti ada reaksi begitu juga dalam komunikasi. Kemudian hal-hal yang patut diperhatikan agar terjadi perubahan perilaku maka stimulus yang disampaikan harus memenuhi tiga unsur yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.

Teori stimulus organism respons adalah model komunikasi paling dasar. Teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Menurut DeFleur, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (stimulus), penerima (organism), dan efek (response). Stimulus adalah

sumber rangsangan, organism adalah penerima rangsangan, dan respon adalah umpan balik yang dihasilkan.²³

Terdapat tiga efek pesan media yang merupakan bagian dari respon, yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral.²⁴

a. Kognitif

Berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek. Berhubungan dengan pemikiran atau penalaran, sehingga semula khalayak yang tidak tahu, tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi mengerti dan merasa jelas.

b. Afektif

Afektif menunjuk pada dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek disini dirasakan menyenangkan atau tidak menyenangkan. Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek. Pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang dipercayai sebagai benar dan berlaku bagi objek yang dimaksud.

c. Behavioral

Behavioral merujuk pada niat, usaha, tekad, upaya yang cenderung menjadi suatu tindakan. Efek ini tidak langsung timbul akibat dari

²³ Rachel Priscella Siriwa, *Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Tabloid Identitas*, Skripsi (Makassar: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, 2013), hlm. 20.

²⁴ Elvinaro Ardianto da Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 51-56.

terpaan media, melainkan efek ini di dahului oleh efek kognitif dan afektif.

4. Intensitas Mengakses

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas diambil dari kata intens yang berarti hebat, sangat kuat.²⁵ Sementara itu, menurut Caplin, ia menjelaskan terdapat tiga arti dari intensitas yaitu (1) satu sifat kuantitatif dari satu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya, (2) kekuatan sebuah tingkah laku atau sebuah pengalaman, (3) kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap. Sejalan dengan itu, Kartono dan Gulo juga menjelaskan bahwa intensitas merupakan kekuatan suatu tingkah laku; jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera; ukuran fisik dari energi atau data indera.²⁶

Tubbs dan Moss menyatakan bahwa intensitas dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu. Jumlah waktu tersebut ditinjau berdasarkan durasi yang dihabiskan saat individu melakukan aktivitas serta frekuensi yang dilakukan dalam aktivitas tersebut. Menurut Putri, Erlyani dan Mayangsari, mereka juga sependapat bahwa intensitas ditinjau berdasarkan frekuensi dan durasi. Frekuensi memiliki pengertian suatu keseringan atau jumlah pemakaian sesuatu

²⁵ JS. Badudu dan Muhammad Zein, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 535.

²⁶ I Gusti Bagus Gantih Sukmaraga, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Saata Dharma, 2018), hlm. 10.

dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan durasi dapat didefinisikan sebagai seberapa lama individu dalam melakukan suatu aktivitas.²⁷

Menurut Azjen intensitas memiliki empat aspek yaitu:²⁸

a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam mengakses akun *Instagram*

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Perhatian dalam mengakses akun *Instagram* berarti berupa tersitanya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk mengakes akun *Instagram* yang diinginkan.

b. Penghayatan atau pemahaman terhadap akun *Instagram* yang disajikan

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan terhadap informasi yang diharapkan, kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan dalam mengakses akun *Instagram* berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap postingan yang ada dalam akun *Instagram*, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

c. Durasi atau kualitas kedalaman mengakses akun *Instagram*

²⁷ *Ibid.*, hlm. 11.

²⁸ Ariendya Dhananjaya, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Berita/ Informasi di Televisi terhadap Perilaku Prosocial Remaja*, Skripsi (Fakultas Psikologi: Uiversitas Muhammadiyah Malang, 2017) hlm. 9.

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi aktivitas mengakses akun *Instagram* berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk mengakses postingan yang terdapat dalam akun *Instagram*.

d. Frekuensi atau tingkat keseringan.

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Mengakses akun *Instagram* dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan.

Dengan demikian dapat disimpulkan intensitas mengakses yaitu merupakan besarnya kekuatan perilaku yang ditinjau berdasarkan tingkatan pengulangan perilaku (frekuensi) dan lamanya waktu yang dihabiskan (durasi) saat menggunakan atau mengakses sesuatu.

5. Hubungan Mengakses Akun Instagram Dengan Perilaku Politik

Media sosial Instagram memiliki daya tarik tersendiri khususnya bagi kalangan anak muda. Instagram termasuk dalam media sosial yang mampu memberikan efek kepada penggunanya. Selain dapat dengan mudah diakses, media sosial satu ini juga menjadi sumber informasi dan hiburan bagi kalangan masyarakat.

Teori Stimulus organism respons memberikan penekanan bahwa pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi dan gairah

kepada komunikan, sehingga komunikan cepat dalam menerima pesan yang diterima, selanjutnya terjadi perubahan sikap maupun perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku terjadi akibat dari pesan yang disampaikan kepada khalayak. Dalam penelitian ini pesan-pesan atau kampanye yang disampaikan oleh akun instagram Partai Solidaritas Indonesia menentukan perubahan perilaku dari khalayak yang mengaksesnya.

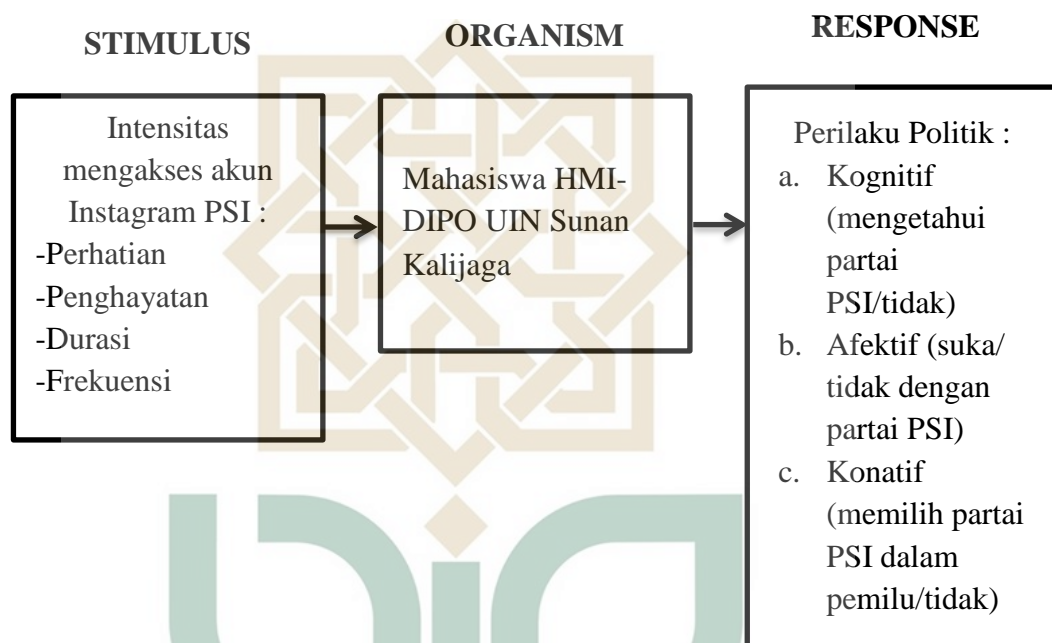
Perubahan perilaku atau efek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku politik. Perilaku politik adalah kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Aspek yang mendasari perilaku politik dinilai berdasarkan teori SOR yang memiliki tiga aspek yaitu kognitif, afektif dan konatif. Dalam teori SOR intensitas mengakses akun instagram PSI termasuk dalam *stimulus*. Hal ini berarti bahwa semakin sering khalayak mengakses akun instagram PSI, maka efek yang diterima akan semakin tinggi, sehingga perilaku politik khalayak dalam keberpihakan dengan partai PSI cenderung tinggi. Sedangkan mengakses akun instagram dalam teori ini termasuk komunikan atau *organism* dan efek yang ditimbulkan yaitu perilaku politik termasuk dalam *response*.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan kerangka pemikiran dari hubungan antara mengakses akun

Instagram Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga, sebagai berikut :

Gambar 3 :
Kerangka Pemikiran Hubungan Antara Mengakses Akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan Perilaku Politik mahasiswa Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga



Sumber : Olahan Peneliti Berdasarkan Teori SOR

G. Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.²⁹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet.3 (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 63.

H0 : Tidak terdapat hubungan antara mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga

H1 : Terdapat hubungan antara mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi pada penelitian ini akan disusun dalam lima bab, yang bertujuan untuk dapat mengetahui arti penting dari masing-masing bagian yang akan ditulis dalam skripsi. Dari sistematika ini diharapkan dapat memberikan gambaran dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB I berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian yang berupa kegunaan secara teoritis dan praktis, kajian pustaka, kajian teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta analisis data.

BAB III berisi mengenai gambaran umum profil partai politik Partai Solidaritas Indonesia serta profil Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga.

BAB IV berisi hasil penelitian mengenai hubungan antara mengakses akun *Instagram* Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik mahasiswa Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga.

BAB V merupakan kesimpulan hasil dari penelitian, saran peneliti dan lampiran-lampiran berupa pertanyaan di dalam kuesioner.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian dan analisis data pada penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Mengakses Akun Instagram Partai Solidaritas Indoensia Dengan Perilaku Politik Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga” maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Sebagian mahasiswa pengurus HMI UIN Sunan Kalijaga mengakses akun instagram Partai Solidaritas Indonesia dan berdasarkan hasil analisis pada variabel intensitas, tingkat intensitas mengakses akun instagram @psi_id secara keseluruhan tergolong sedang, yaitu sebesar 50% atau 29 responden. Artinya bahwa responden memiliki perhatian dan ketertarikan akan postingan yang disajikan akun Partai Solidaritas Indonesia, dengan tingkat frekuensi akses akun yang tinggi atau sering dengan durasi yang cukup.
2. Berdasarkan hasil analisis pada variabel perilaku politik Himpunan Mahasiswa Islam UIN Sunan Kalijaga periode 2018/2019 secara keseluruhan dari 58 responden yang telah diteliti sebanyak 72,4% atau 42 responden masuk kedalam kategori neaktif. Hal ini berarti bahwa kegiatan mengakses akun instagram Partai Solidaritas Indonesia tidak memberikan kesan baik terhadap perilaku politik responden. Artinya

bahwa perilaku politik responden tidak dipengaruhi oleh kegiatan mengakses akun instagram Partai Solidaritas Indonesia.

3. Berdasarkan hasil penghitungan korelasi antara variabel X dan variabel Y menggunakan *Pearson's Correlation (Product Moment)* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.368 dengan taraf signifikansi 0.000 (< 0.05) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan antara mengakses akun instagram Partai Solidaritas Indonesia dengan perilaku politik Mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, dengan kategori hubungan rendah karena berada dalam interval 0.20-0.399. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi 0.368 menandakan bahwa hubungan yang terjadi diantara kedua variabel bersifat positif. Dimana semakin tinggi intensitas mengakses akun Instagram Partai Solidaritas Indonesia, maka semakin tinggi pula perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah intensitas mengakses akun instagram Partai Solidaritas Indonesia semakin rendah pula perilaku politik mahasiswa HMI UIN Sunan Kalijaga.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah peneliti paparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya :

1. Secara Akademis

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada penelitian ini. Peneliti berharap pada peneliti berikutnya untuk dapat mengkaji lebih dalam dan mempelajari fenomena yang ada di masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan dapat mengembangkan rumusan masalah serta isu terkait politik tidak hanya sekedar hubungan dan perilaku politik.

2. Secara Praktis

- a. Bagi media online seperti instagram terutama media sosial partai politik diharapkan lebih menjangkau kalangan anak muda agar dapat mengajak generasi muda untuk berkontribusi di dunia perpolitikan.
- b. Bagi masyarakat diharapkan untuk dapat lebih memanfaatkan perkembangan teknologi dengan bijak. Tidak mudah terpengaruh akan arus berita yang belum tentu kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim Sitompul, *HMI Mengayuh di Antara Cita & Kritik*, Yogyakarta: Aditya Media, 1997.
- Angelina Diana Puspitasari, *Efektivitas Pesan Iklan Endorsement HP Spectre X360 pada Akun Instagram Ilustator Andika Nugraha Berdasarkan Perhitungan Customer Respon Index dengan Konsep AISAS*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya, 2018.
- Andry Ivana Rizki, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri*, Skripsi, Surakarta: Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.
- Anwar Arifin, *Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi-dan Komunikasi Polit Indonesia)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Christopher, *Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy-Gangnam Style Di Youtube*, Jurnal E-Komunikasi, vol. 1:3, 2013.
- Elvinaro Ardianto da Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010.
- Hermin Indah Wahyuni, *Kebijakan "Media Baru" di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan "Media Baru" di Indonesia)*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 6 Februari 2019.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Partai_Solidaritas_Indonesia, diakses pada 14 Februari 2019
- <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46535342>, diakses pada 19 Februari 2019.
- I Gusti Bagus Gantih Sukmaraga, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja*, Skripsi,

- Yogyakarta: Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma, 2018.
- Ariendya Dhananjaya, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Berita/ Informasi di Televisi terhadap Perilaku Prososial Remaja*, Skripsi, Fakultas Psikologi: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.
- Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu, 2006.
- JS. Badudu dan Muhammad Zein, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Khairunnisa, *Partisipasi dan Perilaku Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Presiden 2014*, Skripsi, Jakarta: Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Noristera Pawestri, "Data Pekerjaan Caleg DPRD DIY pada Pemilu 2019", *Tribunjogja.com*, <https://jogja.tribunnews.com/2018/10/05/data-pekerjaan-caleg-dprd-diy-pada-pemilu-2019>, diakses pada 14 Februari 2019.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rachel Priscella Siriwa, *Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Tabloid Identitas*, Skripsi, Makassar: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, 2013.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Riduwan, *Meode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alabeta, 2013.
- Rizki Rahman Harahap, *Perilaku Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum (Pemilu) Legislatif Kabupaten*, Jurnal Sosiologi, vol. 3:2, 2016.
- Roni Tabroni, *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.

- Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2016.
- Ruth Vania C, “Mayoritas Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Adalah Anak Muda”, *Tribunnews.com*,
<https://www.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda>, diakses pada 23 Juli 2019
- Sofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2013.
- Sudijono Sastro Atmojo, *Perilaku Politik*, Semarang: Ikip Semarang Press, 1995.
- Sugiono, *Cara Mudah Menyusun : Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, cet.4 (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), hlm. 188.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014.
- Umu Nisa Ristiana, *Hubungan Antara Intesitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman Yogyakarta*, *Jurnal Transformatif*, vol.2:2, 2018
- Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.