

Motif Penggunaan Media Informasi Politik oleh Anak Muda Tionghoa di Media Sosial

Hasbullah Azis¹, Pawito², dan Agung Setyawan³

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Sebelas Maret^{1,2,3}

Jalan Ir. Sutami No. 36A, Kentingan, Kec. Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, 57126, Indonesia^{1,2,3}

Hasbullahazis2@gmail.com¹

Abstrak

Sejak diluncurkan ke publik Indonesia, internet terus mengalami perkembangan yang signifikan dalam konteks penggunaannya mulai dari sistem komunikasi satu arah melalui Web 1.0 hingga sistem komunikasi interaktif yang dimediasi oleh Web 2.0 (media sosial). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penunjang komunikasi, membangun relasi sosial, ataupun membentuk komunitas, namun juga sudah menjadi sumber pengetahuan dan ruang publik bagi terciptanya pertukaran dan pertarungan wacana politik yang demokratis dan partisipatif. Berfokus pada pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori uses and gratifications, studi ini ingin meneliti dalam konteks akses informasi politik dimana sebuah studi mengungkapkan 4 (empat) motif utama untuk terkoneksi ke politik online: pengawasan, panduan, hiburan, dan manfaat sosial. Dengan melakukan survey terhadap 125 anak muda Tionghoa Kota Singkawang, penelitian ini mendapati bahwa motif manfaat sosial adalah motif yang paling berpengaruh terhadap penggunaan media sosial untuk informasi politik oleh anak muda Tionghoa Kota Singkawang dibandingkan dengan motif pengawasan, panduan, dan motif hiburan.

Kata Kunci: *uses and gratifications; motivasi; media sosial*

Diterima : 24-01-2020, Disetujui : 14-05-2020, Dipublikasikan : 25-05-2020

Motives for the Use of Political Information Media by Chinese Youth in Social Media

Abstract

Since it was launched to the Indonesian public, the internet has continued to experience significant developments in the context of its use ranging from one-way communication systems via Web 1.0 to interactive communication systems mediated by Web 2.0 (social media). Social media not only functions as an instrument to support communication, build social relations, or form communities, but also has become a source of knowledge and public space for the creation of exchanges and battles for democratic and participatory political discourse. Focusing on the uses and gratifications approach, this study wants to examine it in the context of access to political information where a study reveals 4 main motives for connecting to online politics: surveillance, guidance, entertainment, and social utility. By surveying 125 Singkawang City Chinese youths, this study found that the social utility motive was the most influential motives for the use of social media for political information by Singkawang City's Chinese youth compared to surveillance, guidance, and entertainment motives.

Keywords: *uses and gratifications; motivations; social media*

Pendahuluan

Sejak hadir di publik Indonesia pada tahun 1996, kehadiran internet dalam kehidupan masyarakat terus berkembang kearah yang lebih luas. Internet tidak hanya sebagai wadah bagi penyebaran informasi namun sudah membawa perubahan dan tranformasi yang signifikan baik dalam aspek sosial, norma, gagasan dan juga praktik. Kebangkitan media yang terkoneksi internet terkait dengan kehadiran mereka di berbagai sektor dalam kehidupan sehari-hari baik dalam ruang keluarga, kantor, sekolah, jalan, ruang bermain, hingga kotak suara.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terkoneksi internet memfasilitasi pendekatan yang cukup baru bagi perilaku politik anak muda karena memiliki kualitas yang berbeda dengan media konvensional. Internet memberikan kemampuan bagi penggunanya untuk membuat konten berisi informasi ataupun berita sekaligus menyediakan ruang bagi interaksi sosial yang tidak terbatas serta pertukaran informasi langsung dan luas, dan secara signifikan mengurangi biaya untuk berbagi informasi dan opini, serta mampu memobilisasi jejaring sosial yang lebih luas (Vissers & Stolle, 2014).

Teknologi berbasis internet juga memungkinkan komunikasi dari satu individu ke individu lain, individu ke banyak orang, dan dari banyak ke banyak, sehingga internet dipandang mampu menyediakan infrastruktur media yang signifikan untuk memperkuat politik partisipatif berbasis jaringan. Lain halnya dengan media konvensional (mis. radio atau televisi) dimana produksi pesan cenderung terpusat (dari satu ke banyak) sehingga

interaksi antara institusi media dengan khalayaknya sangat jarang dilakukan dan sebagian besar informasi yang disampaikan dibawah kontrol negara.

Kajian Pustaka

Perubahan dalam sektor sosial, ekonomi, politik, budaya, masyarakat serta pengalaman individu hari ini diyakini tidak terlepas dari keterlibatan media internet. Misalnya Yuli Candrasari (2016) menemukan bahwa pengaruh media sosial terutama sekali media sosial Facebook telah mendorong seseorang untuk mampu menkontruksi identitas personal agar bisa diterima oleh dunia sosial virtual sekaligus representasi diri untuk bersosialisasi dalam komunitas cyber. Dengan media sosial, penggunaanya dapat menseleksi informasi diri yang ideal dimana identitas pribadi membentuk dasar bagi penggunaanya untuk membangun identitas sosial dan dengan demikian kontruksi identitas netizen mampu menerima dan berinteraksi dengan orang lain di dunia online seperti di dunia offline (Candrasari, 2016).

Hsu Thiri Zaw (2018) mencatat bahwa media sosial juga digunakan tidak hanya media untuk bersosialisasi namun membantu seseorang untuk mengadaptasi budaya baru di sebuah negara atau wilayah yang berbeda yang mereka tempati saat itu. Media sosial mampu mengatasi tantangan baru di komunitas baru dan membangun rasa kebersamaan dengan budaya yang berbeda. Media sosial tidak hanya sebagai instrumen dalam membangun komunikasi antar kelompok atau kultur yang sama namun juga sebagai instrumen untuk belajar tentang praktik dan pengalaman antar budaya (Zaw, 2018).

Dalam konteks anak muda Indonesia, Daniel Susilo dan Teguh Dwi Putranto (2018) mencatat bahwa meskipun kecenderungan kalangan muda menggunakan media sosial adalah sebagai sarana untuk komunikasi antar pribadi yang membahas persoalan-persoalan personal (*peer to peer communication*) (Susilo & Putranto, 2018). Namun ada temuan yang menyatakan bahwa kalangan muda juga menggunakan media sosial untuk membicarakan persoalan-persoalan atau isu-isu mengenai politik di beranda media sosial mereka (lihat hal. 96). Selain sebagai ruang baru bagi interaksi dan ekspresi bagi kalangan muda, internet juga diyakini mampu menjadi sumber daya yang penting bagi mobilisasi pengetahuan. Dalam konteks pengetahuan politik, McAllister (2016) meyakini internet memiliki kapasitas untuk meningkatkan pengetahuan politik yang berujung pada keputusan untuk berpartisipasi dalam proses elektoral. Sifat interaktif media sosial memfasilitasi diskusi antara warga negara tentang masalah-masalah yang menjadi kepentingan bersama (McAllister, 2016), dengan kata lain, media sosial mempunyai kemampuan untuk memobilisasi pengetahuan politik diantara pengguna media sosial.

Ada dua aspek yang mengemukakan bahwa internet menghasilkan potensi mobilisasi penggunaannya dalam ketertarikan mereka terhadap politik. Pertama, bahwa orang baru yang tertarik kedalam politik dapat masuk dengan lebih mudah, karena mereka menemukan informasi politik dengan cara yang tidak disengaja. Kedua, aspek sosial dari internet menciptakan kemungkinan rekrutmen yang sangat besar dan luas. Internet terutama situs

jejaring sosial memiliki potensi untuk membangkitkan rasa komunitas diantara penggunanya, sehingga memfasilitasi keterlibatan dan identitas sipil serta politik penggunanya (Vissers & Stolle, 2014).

Penggunaan media sosial dapat dibedakan dengan melihat dari sisi atribut dan kegunaannya. Media sosial adalah media digital yang tereferensi langsung dengan konektivitas internet. Teknologi ini memprioritaskan unsur konektivitas atau keterhubungan satu media dengan media lain, seperti komputer ataupun telepon seluler. Kemampuan media sosial adalah kemampuannya untuk terhubung dan menghubungkan dengan menyingkirkan permasalahan jarak dan waktu. Media sosial dibandingkan dengan media sebelumnya, sudah berkembang menjadi medium bagi anak muda untuk berpartisipasi atau menyuarakan sikap, pandangan maupun opini politik yang kurang dimediasi oleh media-media arus utama sebelumnya.

Kelompok anak muda adalah kelompok pengadopsi internet yang paling antusias, terutama untuk komunikasi, informasi, hiburan, dan pendidikan serta menikmati kemampuan mereka dalam menggunakan internet (Livingstone, 2012). Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pada tahun 2018 tingkat penetrasi penggunaan internet di Indonesia menempatkan anak muda sebagai kelompok mayoritas yang menggunakan teknologi ini. Dari hasil survei yang dilakukan ditemukan bahwa anak muda umur 15-19 tahun 91% nya adalah pengguna internet, umur 20-24 tahun 88,5% adalah pengguna internet, umur 25-29 tahun 82,7% adalah pengguna internet dan anak muda dengan rentang

umur 30-34 tahun 76,5% nya merupakan pengguna internet (APJII, 2017).

Dekatnya media sosial dengan anak muda memunculkan sebuah diskursus mengenai sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial oleh anak muda saat ini. Anak muda yang digambarkan sebagai kelompok yang paling antusias akan media baru namun mempunyai permasalahan dengan ketertarikan dan partisipasi mereka dalam politik. Henn dan Foard (2014) mencatat bahwa kelompok anak muda adalah kelompok yang apatis atau bahkan apolitik dengan tidak ada kecakapan atau kecenderungan untuk berpartisipasi. Kelompok yang tidak puas dengan, dan terasing dari, proses politik dan semakin membelakangi institusi demokrasi dan menarik diri dari proses politik formal (Henn & Foard, 2014). Namun Pontes et al. (2018) meyakini bahwa sebetulnya kekecewaan kelompok muda terhadap institusi dan aktor politik tidak berarti bahwa mereka tidak terlibat dalam politik. Pontes et al. mengatakan bahwa meskipun anak muda dianggap sebagai kelompok yang skeptis terhadap nilai-nilai politik konvensional yang berorientasi Pemilu, namun mereka mampu mengartikulasikan bentuk-bentuk alternatif baru dari tindakan politik saat ini terutama dengan hadirnya media sosial (Pontes et al., 2018).

Media baru khususnya media sosial memunculkan harapan besar bagi perkembangan kajian mengenai keikutsertaan anak muda dalam politik. Perkembangan media sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku politik yang dilakukan anak muda. Banyak temuan penelitian yang menjelaskan bagaimana anak muda saat

ini mulai tertarik untuk mengkonsumsi dan mengkomunikasikan isu-isu atau informasi-informasi politik dan terlibat secara politis dengan berbagai cara di media sosial. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Xenos, Vromen, dan Loader (2014), yang meneliti mengenai pola penggunaan media sosial dan keterlibatan politik anak muda di tiga negara demokrasi yang maju; Australia, Amerika Serikat dan Inggris. Mereka menemukan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan terkait dengan keterlibatan politik individu di Australia, Amerika Serikat, dan Inggris. Hubungan yang dihasilkan menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara penggunaan media sosial dan keterlibatan politik diantara kaum muda di ketiga negara tersebut (Xenos et al., 2014). Kemudian ada temuan yang dilakukan oleh Amelia Johns (2014) yang mendapati bahwa internet mempunyai kekuatan dalam mendukung minat dan atensi anak muda terhadap politik. Secara khusus, ia menemukan bahwa aktivitas dan ekspresi daring anak muda muslim di Australia pada situs-situs jejaring sosial mencerminkan keinginan untuk mengembangkan politik diri sendiri dan kewarganegaraan mereka (Johns, 2014). Keating dan Melis (2017) melihat kehadiran media sosial memiliki potensi sebagai ruang bagi suara-suara anak muda saat ini. Anak muda menggunakan media sosial untuk mendefinisikan keterlibatan politik mereka dengan menemukan cara baru untuk mengekspresikan preferensi mereka diluar batas-batas partisipasi politik tradisional. Media sosial telah memainkan peran sentral dalam memperbanyak jenis tindakan dan ekspresi politik yang dilakukan anak muda baru-baru ini (Keating & Melis, 2017).

Dalam konteks Indonesia, tindakan politik yang difasilitasi oleh media baru cenderung menempatkan media baru sebagai sumber pengetahuan sekaligus ruang baru bagi suara-suara anak muda yang berujung pada meningkatnya keterlibatan anak muda dalam diskusi publik ataupun politik di media sosial. Misalnya Atmodjo (2014), mengatakan dalam jurnalnya *Dinamika Partisipasi Politik Remaja Melalui Media Sosial*, bahwa media baru memfasilitasi ruang bagi kalangan muda untuk berpartisipasi dalam mengonsumsi serta produksi dan distribusi ide, gagasan, pengetahuan dan kebudayaan (Atmojo, 2014). Media baru terutama media sosial memberikan kontribusi dalam peningkatan pendidikan politik dan media sosial menjadi instrumen komunikasi yang efektif dalam hal pendidikan politik walaupun keputusan untuk ikut berpartisipasi dalam politik cenderung lemah. Lalu ada Ratnamulyani dan Maksudi (2018) yang menemukan bahwa pengguna media sosial semakin banyak dilakukan oleh kalangan muda terutama pelajar di kabupaten Bogor. Aktifitas ini meliputi mencari dan mendapatkan informasi mengenai pemilihan umum dan profil kandidat politik dimana dari 150 orang pelajar 98,7% mengatakan bahwa mereka mencari dan mendapatkan informasi politik dan kandidat politik melalui akses media sosial (Ratnamulyani & Maksudi, 2018).

Berfokus pada anak muda beretnis Tionghoa di Kota Singkawang Kalimantan Barat, artikel ini berfokus pada motif penggunaan media sosial yang sering digunakan untuk kepentingan pencarian informasi dan berita mengenai politik di satu sisi dengan mengekspresikan pandangan-

pandangan, opini-opini, aspirasi-aspirasi politik di media sosial di sisi lain. Apa yang menjadi motif mereka menggunakan media sosial untuk kepentingan mencari informasi dan berita politik sekaligus sebagai ruang ekspresi mereka dalam merespon isu atau peristiwa politik yang sedang terjadi? Oleh karena itu, tujuan dari artikel ini adalah untuk mengidentifikasi motif anak muda terutama dari kalangan etnis Tionghoa di Kota Singkawang ketika mengakses media sosial untuk kepentingan informasi politik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel yang diukur – biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian – sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik (W. Creswell, 2016). Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2010). Rancangan penelitian yang akan dilakukan adalah rancangan korelasional. Rancangan ini menggunakan korelasi statistik untuk mendeskripsikan dan mengukur derajat atau relasi antara dua atau lebih variabel atau rangkaian skor.

Lokasi pengambilan data dilakukan di Kota Singkawang Provinsi Kalimantan Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mayoritas penduduk di Kota Singkawang adalah masyarakat beretnis Tionghoa dengan

infrastruktur media yang memadai dalam hal kepemilikan dan aksesibilitas masyarakat terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Adapun penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik sampel nonprobabilitas dengan tipe penarikan sampel sukarela (*volunteer sample*). Tipe sampel sukarela yang dipilih adalah sampel sukarela yang memenuhi kriteria (*qualified volunteer sample*). Menurut Wimmer dan Dominick (Morissan, 2012) tipe sampel ini adalah mereka yang terpilih sebagai sampel pada penelitian menggunakan sampel kebetulan (*accidental sampling*) yang pada umumnya adalah orang-orang yang ditemui secara kebetulan oleh peneliti dan memenuhi kriteria yang dikehendaki peneliti, yang bersedia secara sukarela untuk menjadi responden. Dalam hal ini, sampel yang memenuhi kriteria adalah individu yang masuk kedalam kelompok usia muda (17-30 tahun), yang sudah mempunyai hak politik, beretnis Tionghoa dan berdomisili di kota Singkawang.

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diberikan berupa pertanyaan-pertanyaan *close ended* dimana responden diberi pertanyaan meliputi data demografi mereka; gender, umur, dan pendidikan, kemudian pertanyaan meliputi motif dan penggunaan media sosial untuk kepentingan informasi politik. Sebelum menyebarkan instrumen penelitian kepada sampel populasi, peneliti sudah melakukan uji coba instrumen atau *pilot testing* terhadap instrumen yang digunakan. Adapun salah satu cara untuk melihat sejauh mana validitas sebuah item kuesioner adalah dengan cara melihat nilai Signifikansi (Sig) dengan ketentuan jika

nilai Signifikansi < (lebih kecil) dari 0,05 maka item kuesioner dinyatakan valid. Jika nilai Signifikansi > (lebih besar) dari 0,05 maka item kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. Sedangkan dasar pengambilan keputusan mengenai suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel adalah jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 untuk riset eksploratoris dan lebih besar dari 0,70 untuk riset konfirmatoris (Latan, 2014). Berdasarkan hasil uji instrumen terhadap 20 responden, validitas yang dihasilkan dari uji validitas *person product moment* untuk masing-masing item pertanyaan variabel motif dan penggunaan media sosial adalah <0,05. Adapun nilai reliabilitas masing-masing item pertanyaan melalui uji reliabilitas Cronbach alpha adalah 0,893 (motif penggunaan media sosial) dan 0,741 (penggunaan media sosial). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan yang diajukan sudah valid dan reliabel (konsisten)

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis data statistik (*statistical data analysis*). Statistik dapat didefinisikan sebagai berbagai metode matematis untuk mengumpulkan, mengelola, meringkas, dan menganalisis data. Adapun pada penelitian ini instrumen yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif dari hasil survei adalah menggunakan statistik deskriptif (*descriptive statistic*), yang berfungsi mereduksi data agar lebih mudah diinterpretasikan (Morissan, 2012). Dalam mengumpulkan serta mengolah data yang nantinya menghasilkan data yang bervariasi maka peneliti akan melakukan distribusi data yang nantinya diperoleh dalam survei dan memasukkannya

kedalam sebuah tabel distribusi frekuensi dimana distribusi ini adalah suatu tabel nilai yang disusun berdasarkan derajat kepentingannya dan frekuensi kejadiannya.

Tahapan selanjutnya dari data mengenai motif penggunaan media yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*). Teknik analisis ini adalah salah satu teknik parametrik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen tunggal. Empat variabel motif penggunaan media akan diregresikan dengan variabel penggunaan media sosial guna melihat sejauh mana motif pengawasan (*surveillance*), motif panduan (*guidance*), motif hiburan (*entertainment*), dan motif manfaat sosial (*social utility*) memberikan pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik anak muda Tionghoa Kota Singkawang di media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penyebaran kuesioner, jumlah responden yang didapatkan

peneliti adalah sebanyak 125 orang anak muda Tionghoa Singkawang dimana para responden terdiri dari 67 orang laki-laki (53,6%) dan 58 orang perempuan (46,4 %). Rata-rata responden yang ditemui berumur 19 tahun dengan tingkat pendidikan menengah atas (56,8%) dan tingkat pendidikan setingkat perguruan tinggi (43,2 %). Dari data yang diperoleh bahwa durasi anak muda Tionghoa dalam menggunakan media internet untuk berbagai kepentingan dalam satu hari menghabiskan rata-rata 8 jam.

Pada tabel 1, kami menampilkan distribusi frekuensi pada variabel motif penggunaan media sosial. Ada 13 pertanyaan yang diajukan yang terdiri dari pertanyaan mengenai motif apa yang dilakukan anak muda ketika menggunakan media sosial untuk kepentingan informasi politik baik itu motif panduan, pengamatan/pencarian informasi, hiburan, dan manfaat sosial. Tabel 1 adalah hasil analisis statistik deskriptif dari masing-masing item pertanyaan variabel motivasi:

Tabel 1 Statistik deskriptif motif penggunaan media sosial

	STS	TS	KS	S	SS
Motif panduan (guidance)					
Menggunakan media sosial sebagai panduan saya memutuskan ikut pemilihan umum.	2.4%	28.8%	12%	51.2%	5.6%
Menggunakan media sosial untuk mengetahui isu-isu politik yang sedang terjadi.	0.8%	8.8%	8.8%	64%	17.6%
Menggunakan media sosial untuk melihat visi misi kandidat politik.	0.8%	20%	17.6%	52.8%	8.8%

	STS	TS	KS	S	SS
Motif pengamatan/pencarian informasi (<i>surveillance/information seeking</i>)					
Menggunakan media sosial untuk mencari informasi politik dikarenakan informasinya mudah didapat.	0.8%	6.4%	8.8%	56.8%	27.2%
Menggunakan media sosial untuk mencari informasi politik yang diminati.	3.2%	10.4%	12.8%	51.2%	22.4%
Menggunakan media sosial untuk meningkatkan pengetahuan mengenai politik.	3.2%	17.6%	13.6%	46.4%	19.2%
Motif Hiburan (<i>entertainment</i>)					
Mencari informasi politik di media sosial dikarenakan hal tersebut menghibur.	7.2%	22.4%	31.2%	29.6%	9.6%
Membaca berita atau informasi politik di media sosial membuat rileks.	8%	32.8%	27.2%	26.4%	5.6%
Membaca berita atau informasi politik di media sosial merupakan sesuatu hal yang mengasikkan.	8%	28.8%	24%	29.6%	9.6%
Motif manfaat sosial (<i>social utility</i>)					
Membaca berita atau informasi politik di media sosial agar memiliki sesuatu untuk dibicarakan dengan orang lain	7.2%	24.8%	20.0%	34.4%	13.6%
Menggunakan media sosial untuk berpartisipasi dalam isu politik karena media sosial memberikan peluang untuk menunjukkan sikap politik.	8%	32.8%	27.2%	26.4%	5.6%
Menggunakan media sosial agar bisa mengutarakan perbedaan pandang politik.	12.8%	27.2%	31.2%	28.8%	-
Menggunakan media sosial untuk informasi politik dan digunakan sebagai amunisi ketika berargumen dengan orang lain.	8%	23.2%	20.8%	36.8%	11.2%

Catatan: STS (*Sangat Tidak Setuju*), TS (*Tidak Setuju*), KS (*Kurang Setuju*), S (*Setuju*), SS (*Sangat Setuju*)

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas anak muda Tionghoa Kota Singkawang yang menjadi responden setuju bahwa salah satu motif mereka menggunakan media sosial adalah sebagai panduan (*guidance*) untuk berpartisipasi dalam proses politik. Hal ini ditunjukkan dengan temuan 51,2% responden menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan media sosial sebagai panduan untuk memutuskan ikut pemilihan umum pada tahun 2019. 64% mengatakan setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk mengetahui isu atau peristiwa politik yang sedang terjadi. 52,8% menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk melihat dan mengetahui visi misi para kandidat politik di media sosial.

Pada motif pengamatan atau pencarian informasi politik (*surveillance/information seeking*), kami menemukan 56,8% jawaban responden menyatakan setuju mereka menggunakan media sosial untuk informasi politik dikarenakan informasi yang diperoleh sangat mudah didapatkan melalui media sosial. 51,2% mengatakan setuju informasi politik yang mereka akses atau konsumsi merupakan informasi politik yang mereka minati. Kemudian dari 125 anak muda Tionghoa Singkawang, 46,4% menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk informasi politik agar pengetahuan mereka mengenai politik terus meningkat.

Pada motif hiburan, kami menemukan temuan yang unik mengenai respon anak muda ketika ditanyakan mengenai motif hiburan mereka ketika mengakses media informasi politik di media sosial. 32,8% responden menyatakan mereka tidak setuju penggunaan media sosial untuk

informasi politik merupakan kegiatan yang membuat mereka rileks. 31,2% menyatakan kurang setuju bahwa informasi politik merupakan informasi yang memberikan mereka hiburan atau mengisi hiburan mereka dengan mengakses berita politik. Namun sebagian besar responden (29,6%) mengakui bahwa sewaktu-waktu informasi politik yang mereka akses adalah sesuatu yang mengasikkan untuk dikonsumsi.

Dari empat pertanyaan mengenai motif manfaat sosial (*social utility*) kami menemukan sebagian besar responden menjawab setuju (34,4%) bahwa motif mereka mengakses informasi atau berita politik adalah agar memiliki sesuatu yang bisa dibicarakan dengan orang lain (keluarga, kolega, ataupun teman sejawat). Namun kami menemukan bahwa kebanyakan anak muda Tionghoa Singkawang tidak setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk menunjukkan sikap politik mereka secara terbuka di media sosial, temuan ini cukup menarik untuk dibahas lebih lanjut dimana mereka hanya membicarakan atau mendiskusikan masalah politik hanya kepada orang yang mereka kenal saja atau orang yang berada di kontak mereka, namun ketika ditanyakan apakah mereka secara terbuka mengekspresikan sikap politik, sebagian besar menyatakan tidak setuju (32,8%) dan mengatakan kurang setuju (31,2%) mereka menggunakan media sosial untuk mengutarakan perbedaan pandangan politik secara terbuka di media sosial. Sejalan dengan temuan mengenai motif untuk memiliki sesuatu yang bisa dibicarakan dengan terdekat (mis. Keluarga, kolega, atau teman sejawat), sebagian besar responden setuju (36,8%) bahwa mereka menggunakan media

sosial untuk kepentingan informasi politik agar mereka mempunyai amunisi ketika berargumen dengan orang lain atau sesama pengguna di media sosial.

Secara umum, kami menemukan temuan yang beragam mengenai motif-motif anak muda Tionghoa Kota Singkawang ketika menggunakan media sosial dalam konteks informasi politik.

Tabel 2 dan tabel 3, kami menampilkan variabel penggunaan media sosial yang meliputi durasi dan intensitas penggunaan media sosial. Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, kami menemukan bahwa rata-rata anak muda Tionghoa Singkawang menghabiskan waktu 6 jam untuk mengakses atau mengkonsumsi

informasi politik di media sosial dalam satu minggu.

Tabel 2 Durasi penggunaan media informasi politik (dalam satu minggu)

Durasi	Frekuensi	Persentase
(1 - 5 jam)	77	61.6
(6 - 10 jam)	25	20.0
(11 - 15 jam)	15	12.0
(> 16 jam)	8	6.4
Total (N)	125	100.0

Sumber : Olahan peneliti

Kemudian kami mengajukan pertanyaan mengenai intensitas anak muda ketika menggunakan media sosial untuk kepentingan politik (lihat tabel 3).

Tabel 3 Intensitas penggunaan media sosial

	TP	J	K	S	SS
Intensitas membaca berita atau informasi politik di media sosial	0.5%	28%	50.4%	14.4%	3.2%
Intensitas memperoleh informasi politik dari akun resmi yang dimiliki pemerintah	13.6%	36.8%	28.8%	17.6%	3.2%
Intensitas memperoleh informasi politik diluar akun resmi pemerintah (mis. Akun media sosial portal berita online)	6.4%	17.6%	36%	32%	8%
Intensitas mengikuti perkembangan isu atau permasalahan politik tertentu di media sosial	9.6%	31.2%	36%	18.4%	4.8%

Catatan: TP (*Tidak Pernah*), J (*Jarang*), K (*Kadang-kadang*), S (*Sering*), SS (*Sangat Sering*)

Sumber : Olahan peneliti

Untuk intensitas penggunaan media sosial dalam konteks informasi politik, kami menemukan bahwa rata-rata (mean) anak muda menjawab 'kadang-kadang' ketika ditanyakan mengenai intensitas mereka mengakses atau membaca informasi politik di media sosial (50,4%), mengakses informasi politik dari akun yang dikelola diluar pemerintahan (mis. akun portal berita online di media sosial) (36%), serta pertanyaan mengenai intensitas mereka mengikuti perkembangan atau isu politik yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial (36%). Sedangkan intensitas mengakses atau mendapatkan informasi atau berita politik dari akun resmi yang dikelola oleh pemerintah, rata-rata anak muda Tionghoa Singkawang menjawab 'jarang'.

Analisis data selanjutnya adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara empat variabel motif dengan variabel penggunaan media sosial untuk kepentingan politik.

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, penelitian ini sudah melakukan tahapan yang harus dilakukan ketika melakukan analisis regresi berganda yaitu melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Untuk uji normalitas, peneliti melakukan analisis menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan skor Asymp, Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Selanjutnya adalah melakukan uji multikolinearitas dimana dari hasil analisis ditemukan nilai Tolerance masing-masing variabel yaitu variabel motif pengawasan (surveillance)

(0,559), motif panduan (guidance) (0,646), motif hiburan (entertainment) (0,561), dan motif manfaat sosial (social utility) (0,571). Adapun nilai VIF yang diperoleh adalah motif pengawasan (1,790), panduan (1,547), hiburan (1,784) dan motif manfaat sosial (1,751). Adapun dasar pengambilan keputusan menurut Latan (2014) adalah jika nilai Tolerance $> 0,20$ dan nilai VIF < 5 maka tidak terjadi problem multikolinearitas didalam model regresi berganda, sehingga dari skor yang dihasilkan dari semua variabel ini dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas. Selanjutnya adalah melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Dari hasil uji glejser ditemukan nilai signifikansi dari masing-masing variabel dengan nilai absolut residual sebesar: variabel pengawasan (0,280), panduan (0,863), hiburan (0,436), dan variabel manfaat sosial (0,691) sehingga dapat disimpulkan bahwa jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dari hasil uji asumsi klasik yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa model analisis regresi berganda yang akan dilakukan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Hal ini dikarenakan analisis regresi linier berganda sudah memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik.

Selanjutnya adalah pembahasan analisis regresi linier berganda dengan uji parsial. Uji-t parsial adalah uji pengaruh variabel X secara parsial (sendiri-sendiri) dimana uji-t membandingkan nilai rata-rata satu sama lain untuk menentukan adanya signifikansi statistik (Morissan, 2012). Ada

dua cara pengambilan keputusan didalam uji-t parsial. Pertama, dasar pengambilan keputusannya adalah berdasarkan nilai signifikansi dimana nilai signifikansi yang dihasilkan harus $<0,05$. Yang kedua dengan perbandingan antara nilai thitung dengan ttabel dimana jika nilai thitung $>$ ttabel maka

dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 25 ditemukan nilai signifikansi dan thitung dari masing-masing variabel motif melalui uji-t parsial (lihat tabel 4).

Table 4. Hasil uji t-parsial

Model	Sig	thitung	ttabel	Ket
Constant	0,002	3,237	1,979	
Motif pengawasan (surveillance)	0,934	0,083	1,979	Tidak berpengaruh
Motif panduan (guidance)	0,646	1,852	1,979	Tidak berpengaruh
Motif hiburan (entertainment)	0,067	1,846	1,979	Tidak berpengaruh
Motif manfaat sosial (social utility)	0,014	2,498	1,979	Berpengaruh

Sumber : Olahan peneliti

Dari hasil analisis yang dihasilkan pada tabel 4. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel motif pengawasan (X1) tidak mempunyai pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik di media sosial oleh anak muda Tionghoa Singkawang dimana nilai Sig yang dihasilkan adalah $0,934 > 0,05$ dan nilai thitung $0,083 < 1,979$. Variabel motif panduan (X2) juga tidak mempunyai pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik dimana nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,646 > 0,05$ dan dengan nilai thitung $1,852 < 1,979$. Variabel motif hiburan (X3) adalah variabel yang tidak berkorelasi atau berpengaruh terhadap penggunaan media informasi politik oleh kalangan muda Tionghoa Singkawang. Nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel ini adalah sebesar $0,067 > 0,05$ dan nilai thitung $1,846 < 1,979$. Variabel motif manfaat sosial

(social utility) (X4) adalah variabel yang mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan media informasi politik oleh anak muda Tionghoa Singkawang dimana nilai Sig yang dihasilkan adalah $0,014 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar $2,498 > 1,979$.

Dari hasil analisis uji-t secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa dari empat motif yang diajukan kepada 125 responden anak muda Tionghoa Kota Singkawang, motif manfaat sosial (social utility) adalah motif yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan media sosial untuk informasi politik dibandingkan dengan motif lainnya seperti motif pengawasan, panduan dan hiburan.

Langkah selanjutnya dalam analisis regresi linier berganda adalah melakukan uji F. pengujian ini merupakan uji pengaruh keseluruhan antara variabel motif pengawasan, panduan, hiburan,

dan manfaat sosial terhadap penggunaan media sosial informasi politik. Adapun dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: pertama, berdasarkan nilai signifikansi dimana jika nilai Sig < 0,05 maka variabel motif (independent) secara simultan berpengaruh terhadap variabel penggunaan media informasi politik (dependent). Cara kedua adalah dengan berdasarkan perbandingan nilai Fhitung dan Ftabel dimana jika nilai Fhitung > Ftabel maka variabel independent secara simultan dianggap berpengaruh terhadap variabel dependent. Dengan menggunakan IBM SPSS 25 ditemukan skor nilai terhadap variabel independent secara simultan sebagai berikut:

Table 4. Hasil uji t-parsial

Model	F	Sig	Ket
Regression	10,978	0,000	Berpengaruh

Variabel Dependent : Penggunaan media informasi politik

Predictors : (Constant), Manfaat Sosial, Panduan, Hiburan, Pengawasan

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan skor nilai yang didapat pada tabel 5, ditemukan skor nilai Sig. sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan dasar pengambilan keputusan uji F dengan nilai signifikansi dimana motif pengawasan, panduan, hiburan, dan manfaat sosial secara keseluruhan dinyatakan berpengaruh atau berkorelasi terhadap penggunaan media informasi politik. Hal ini dikarenakan nilai Sig. < 0,05. Kemudian cara kedua dalam pengambilan keputusan uji F

adalah berdasarkan perbandingan nilai Fhitung dengan Ftabel. Dari data di tabel 20 ditemukan bahwa nilai Fhitung adalah sebesar 10,978. Adapun rumus mencari Ftabel adalah $(k;n-k) = (4;125-4) = (4;121) = 2,45$, jadi nilai Ftabel adalah 2,45. Sesuai dengan syarat pengambilan keputusan bahwa Fhitung 10,978 > Ftabel 2,45 maka dapat disimpulkan bahwa motif secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Selanjutnya adalah menentukan seberapa besar koefisien determinasi variabel motif terhadap penggunaan media informasi politik yang dilakukan anak muda Tionghoa Kota Singkawang. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa besaran koefisien determinasi motif pengawasan, panduan, hiburan, dan manfaat sosial terhadap penggunaan media informasi politik di media sosial adalah sebesar 0,268 atau sebesar 26,8%. Sehingga dapat dikatakan bahwa motif mempunyai pengaruh 26,8% terhadap penggunaan media sosial untuk kepentingan politik, sedangkan 73,2% lainnya adalah faktor-faktor lain seperti sosio-demografi, ideologi, struktur sosial dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi seseorang menggunakan media.

Pendekatan teoritis uses and gratification selalu memberikan pendekatan baru terkait perilaku individu yang dimediasi oleh perkembangan teknologi media informasi dan komunikasi. Pendekatan uses and gratification awalnya adalah antitesis terhadap model efek langsung sebelumnya dengan menguji apa yang dilakukan seseorang dengan media daripada apa yang dilakukan media terhadap orang tersebut. Para peneliti

uses and gratifications berasumsi bahwa khalayak secara aktif mencari pesan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, hal ini merupakan perubahan dari asumsi sebelumnya bahwa khalayak media adalah kelompok yang secara pasif menerima pesan media. Seiring perkembangan teknologi media informasi dan komunikasi khususnya media sosial, Pendekatan ini menekankan pada motif dan kebutuhan yang diinginkan oleh khalayak media sosial baik sebagai khalayak media sekaligus sebagai pengguna media yang aktif. teori ini menunjukkan bahwa keputusan orang untuk memilih media adalah ketika media itu dapat memuaskan kebutuhan mereka dan bahwa khalayak atau pengguna media dapat memahami alasan mereka untuk membuat pilihan media dan pesan media yang mereka inginkan.

Dalam konteks motif penggunaan media untuk kepentingan informasi politik, penelitian ini mengacu pada pemahaman yang dilakukan oleh Kaye dan Johnson dimana ada empat motif ketika orang menggunakan media untuk informasi politik, yaitu motif pengawasan atau pencarian informasi (*surveillance*), motif panduan (*guidance*), motif hiburan (*entertainment*), dan motif manfaat atau interaksi sosial (*social utility/social interaction*). Motif pengawasan mengacu pada keinginan untuk belajar dari berita dan informasi politik dan meningkatkan pengetahuan mengenai politik dengan mengumpulkan informasi di media sosial. Motif pengamatan diwakili oleh motif penggunaan media untuk menilai dan mengenali para kandidat politik dan mengikuti isu-isu politik di media sosial yang berujung pada partisipasi

politik. Motif hiburan diwakili oleh motif penggunaan media informasi politik untuk tujuan hiburan atau keluar dari rutinitas atau permasalahan. Motif terakhir adalah motif manfaat sosial yang mengacu pada motif untuk memperoleh pengetahuan yang nantinya bisa digunakan sebagai modal untuk berinteraksi dengan orang lain seperti keluarga, teman sebaya, kolega, atau sesama pengguna media sosial lainnya.

Berdasarkan hasil analisis melalui analisis regresi linear berganda, penelitian ini menemukan bahwa motif manfaat sosial atau interaksi sosial (*social utility*) adalah motif yang paling mempunyai pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik oleh anak muda Tionghoa Singkawang dibandingkan motif-motif lainnya. Bahwa sebagian besar motif anak muda Tionghoa Kota Singkawang dalam menggunakan media sosial untuk tujuan informasi politik adalah agar mereka mempunyai modal atau bahan untuk digunakan ketika berinteraksi dengan orang lain baik teman sebaya, keluarga, kolega ataupun dengan sesama pengguna media sosial ketika membicarakan politik. Penelitian ini menemukan sebagian besar anak muda Tionghoa Singkawang mengatakan mereka menggunakan media sosial untuk informasi politik adalah agar mereka mempunyai pengetahuan yang bisa dibagikan atau didiskusikan secara terbuka mengenai perbedaan pandangan politik dengan orang lain.

Kesimpulan

Survei yang telah dihasilkan oleh penelitian ini yang secara khusus meneliti motif 125 anak muda Tionghoa Kota

Singkawang untuk menggunakan media sosial untuk kepentingan informasi politik menemukan bahwa motif pengawasan (*surveillance*) dan motif panduan (*guidance*) adalah motif yang dinilai oleh beberapa sarjana sebagai motif yang paling politis dan paling sering berpengaruh terhadap perilaku individu ketika menggunakan media untuk kepentingan politik ternyata tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap penggunaan media informasi politik oleh kalangan anak muda Tionghoa Kota Singkawang. Hasil penelitian ini, kemudian sedikit menolak studi media tradisional yang telah menemukan bahwa sikap politik lebih kuat terkait dengan tindakan pencarian informasi atau pengawasan dan tindakan panduan daripada hiburan. Sejalan dengan dua motif sebelumnya, motif hiburan juga tidak berpengaruh pada penggunaan media sosial untuk kepentingan politik oleh kalangan anak muda Tionghoa Kota Singkawang. Hanya motif manfaat sosial yang mempunyai pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik.

Pendekatan *uses and gratification* telah mengeksplorasi korelasi antara tujuan penggunaan media sosial dan perilaku politik yang dimediasi. Temuan ini mendapati bahwa secara keseluruhan motif mempunyai pengaruh terhadap penggunaan media informasi politik di kalangan anak muda. Temuan penelitian ini semakin menambah khazanah dalam memajukan agenda untuk mempelajari motif penggunaan media sosial melalui pendekatan *uses and gratifications*. Temuan ini sekaligus menambah gagasan bahwa selain usia, kepentingan politik dan pendapatan keluarga, motif merupakan salah satu prediktor penting dalam memprediksi penggunaan media sosial informasi politik.

Daftar Pustaka

- APJII. (2017). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Apjii.
- Atmojo, J. T. (2014). Partisipasi Politik Remaja melalui Media Sosial. *Dinamika*, 13(02), 281–295.
- Candrasari, Y. (2016). Social Media and Social Change. *International Seminar For Research Month, November 2016*, 1–11. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5637-4.ch065>
- Henn, M., & Foard, N. (2014). Social differentiation in young people's political participation: The impact of social and educational factors on youth political engagement in Britain. *Journal of Youth Studies*, 17(03), 360–380.
- Johns, A. (2014). Muslim young people online: "acts of citizenship" in socially networked spaces. *Social Inclusion*, 02(02), 71–82.
- Keating, A., & Melis, G. (2017). Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth? *British Journal of Politics and International Relations*, 19(4), 877–894. <https://doi.org/10.1177/1369148117718461>
- Latan, H. (2014). *Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial Sains dengan IBM SPSS*. Alfabeta.
- Livingstone, S. (2012). Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment. In *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. SAGE Publications Ltd.

- Mcallister, I. (2016). Internet use , political knowledge and youth electoral participation in Australia participation in Australia. *Journal of Youth Studies*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1154936>
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei* (A. C. Wardhani & F. Hamid U. (eds.); 1st ed.). Kencana.
- Pontes, A., Henn, M., & Griffiths, M. (2018). Towards a Conceptualization of Young People’s Political Engagement: A Qualitative Focus Group Study. *Societies*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.3390/soc8010017>
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154–161. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susilo, D., & Putranto, T. D. (2018). Indonesian Youth on Social Media : Study on Content Analysis. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 113, 94–97.
- Vissers, S., & Stolle, D. (2014). The Internet and new modes of political participation: Online versus offline participation. *Information Communication and Society*, 17(8), 937–955. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.867356>
- W.Creswell, J. (2016). *Pendekatan Kualitatif Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Xenos, M., Vromen, A., & Loader, B. D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information Communication and Society*, 17(2), 151–167. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871318>
- Zaw, H. T. (2018). The Impact of Social Media on Cultural Adaptation Process: Study on Chinese Government Scholarship Students. *Advances in Journalism and Communication*, 06(03), 75–89. <https://doi.org/10.4236/ajc.2018.63007>