

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ELEKTABILITAS
ANIES BASWEDAN DAN MUHAJIMIN ISKANDAR PADA
PEMILU 2024**

(Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Politik UMSB)

SKRIPSI



Oleh:

ULIL AZMI

21100005

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2025**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ELEKTABILITAS ANIES
BASWEDAN DAN MUHAJIRIN ISKANDAR PADA PEMILU 2024
(Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Politik UMSB)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*

Oleh:

Ulil Azmi

Nim: 21100005



Pembimbing I

Lara Indah Yandri S.IP., M.IP

Pembimbing II

Khairiyah, S.IP., M.HI

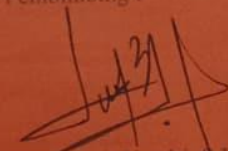
**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
PADANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Ulil Azmi
Nomor Induk Mahasiswa : 21100005
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas
Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada
Pemilu 2024
(Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Politik UMSB)

"Skripsi ini telah disetujui Dosen Pembimbing dan disahkan Oleh Ketua Jurusan
Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Sumatera Barat".

Pembimbing I

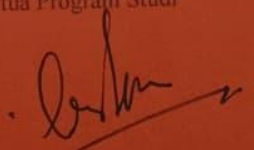


Lara Indah Yandri, S.IP, M.IP
NIDN : 1003128901

Pembimbing II

Khairiyah, S.IP, M.HI
NIDN : 1025059204

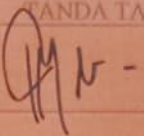
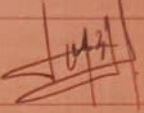
Mengetahui,
Ketua Program Studi



Tesha Dwi Putri, S.IP, M.Si
NIDN : 1025078902

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji di depan sidang Ujian Skripsi Program Studi Ilmu Politik pada Tanggal 26 Agustus 2025, bertempat di Ruang Sidang Program Studi Ilmu Politik, dengan Tim Penguji :

TIM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
Riko Riyanda, S.IP, M.Si	Ketua	
Didi Rahmadi, S.Sos, M.A	Sekretaris	
Lara Indah Yandri, S.IP, M.IP	Pembimbing I	
Khairiyah, S.IP, M.HI	Pembimbing II	

Mengetahui,
Dekan




Dr. Teguh Haria Aditia Putra, MP
NIDN : 1030108501

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi dengan judul Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Padang Lua Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam Tahun 2024 adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor), baik Program Studi maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, penilaian, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali bantuan dan arahan dari tim pembimbing.
3. Karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainya sesuai dengan norma dan ketentuan lain yang berlaku.

Padang, 29 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan,



Uli Azmi
Nim : 21100005

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Politik UMSB)

Oleh: Ulil Azmi
Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap elektabilitas pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan–Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024 di kalangan mahasiswa Ilmu Politik Universitas. Latar belakang penelitian ini adalah peningkatan peran media sosial dalam kampanye politik, dengan jumlah pengguna di Indonesia yang mencapai lebih dari 191 juta orang. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube menjadi media utama dalam membentuk opini publik, termasuk di kalangan mahasiswa yang lebih memahami dinamika politik. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif yang dikombinasikan dengan desain eksplanatori dan metode survei. Penelitian ini melibatkan 63 mahasiswa aktif Ilmu Politik UMSB, yang juga merupakan responden. Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap elektabilitas pasangan Anies–Muhaimin diukur dengan menganalisis data menggunakan regresi linier sederhana. Dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,701 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,491, penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap elektabilitas. Artinya, penggunaan media sosial bertanggung jawab atas 49,1% variasi elektabilitas, dan faktor lain memengaruhi 49,1% lainnya. Koefisien regresi sebesar 0,122 menunjukkan bahwa elektabilitas pasangan Anies–Muhaimin meningkat seiring dengan intensitas penggunaan media sosial

Kata Kunci: Media Sosial, Elektabilitas, Pemilu 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

The Influence of Social Media on the Electability of Anies Baswedan and Muhaimin Iskandar in the 2024 Election (A Case Study by UMSB Political Science Students)

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media on the electability of the presidential and vice-presidential candidate pair Anies Baswedan and Muhaimin Iskandar in the 2024 Election among Political Science students at the University of Muhammadiyah Yogyakarta (UMSB). The background of this research is the increasing role of social media in political campaigns, with the number of users in Indonesia reaching over 191 million. Platforms such as Instagram, TikTok, Facebook, and YouTube have become primary platforms for shaping public opinion, including among students who are more familiar with political dynamics. This research was conducted using a quantitative approach combined with an explanatory design and survey methods. The study involved 63 active Political Science students at the University of Muhammadiyah Yogyakarta (UMSB), who also served as respondents. The influence of social media usage intensity on the electability of the Anies-Muhaimin pair was measured using simple linear regression analysis. With a correlation (R) value of 0.701 and a coefficient of determination (R²) of 0.491, the study indicates that social media has a positive and significant effect on electability. This means that social media use accounts for 49.1% of the variation in electability, with other factors influencing the remaining 49.1%. The regression coefficient of 0.122 indicates that the electability of the Anies-Muhaimin ticket increases with the intensity of social media use.

Keywords: Social Media, Electability, 2024 General Election

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ungkapkan kehadiran Allah atas segala rahmat nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Politik UMSB)”** tujuan dari penulisan menulis proposal ini adalah satu persyaratan untuk penulis bisa mencapai gelar Sarjana Ilmu Sosial Ilmu Politik (S.sos), pada program studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi maupun dari pembahasan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Disamping ini juga penulis menyadari terselesaikannya proposal ini tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak yang sukarela memberikan masukan, petunjuk, saran, nasehat, serta motivasi dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala hidayah yang diberikan salam berbagai bentuk dari segi kesehatan, kekuatan, dan kesabaran, serta Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi pedoman hidup bagi umatnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

2. Kedua orang tua saya yang tentunya sangat amat berjasa dalam hidup penulis, yang mana jika dijelaskan semuanya mungkin saja skripsi ini akan jadi terlalu panjang dan sangat tebal sekali.
3. Saudara kandung penulis yang telah banyak berkorban baik waktu, tenaga, pikiran dan juga materi.
4. Ibu Lara Indah Yandri S.IP., M.IP selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk, saran serta dorongan dalam penulisan proposal penelitian ini.
5. Ibu Khairiyah S.IP, M,HI selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk, saran, serta dorongan dalam penulisan proposal penelitian ini.
6. Seluruh dosen dan staff Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah banyak memberikan motivasi, serta informasi yang membantu penulis dalam proses belajar.
7. Teruntuk orang-orang baik yang tidak bisa penulis tuliskan, terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan saya, jika kebaikanmu tak sempat terbalas seperti yang dirimu beri, semoga Allah membalas dengan beribu-ribu kebaikan serta bahagia dunia akhirat.
8. Untuk teman-teman yang menjadi bagian dalam hari-hari di perantauan, terima kasih sudah mau berjalan bersama meskipun tidak selalu tujuan kita sama, terima kasih sudah mau bercengkrama kesana-kemari yng kadang tidak jelas topikny. Sehatlah selalu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

percayalah saya akan tetap mengingat kalian sebagai orang-orang yang telah menghiasi perjalanan panjang saya.

9. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri. Ulil Azmi, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih karena telah menjadi teman setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya. Apresiasi sebesar-besarnya karena bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Semoga amal ibadah dan budi baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT dan akhirnya penulis berharap penulisan proposal ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang membutuhkan.

Akhir kata, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi tercapainya kesempurnaan proposal ini dimasa yang akan datang.

Padang, 11 Agustus 2025

Ulil Azmi

NIM:21100005

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggarap, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI DAN PENGUKURAN.....	11
2.1 Tinjauan Kepustakaan	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2.2 Defenisi Media Sosial	16
2.2.3 Fungsi Media Sosial dalam Politik	17
2.2.4 Defenisi Elektabilitas	18
2.2.5 Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas	20
2.2.6 Teori dan Kepustakaan Konseptual	27
2.2 Konstruksi Model Teristis	28
2.3 Model Analisis	29
2.4 Hipotesis	29
2.5 Defenisi Operasional dan Indikator	30
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Unit Analisis	37
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

3.6 Analisis Data	38
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	39
4.1 Lokasi Penelitian	39
4.2 Jumlah Mahasiswa Aktif	39
4.3 Objek Penelitian	39
4.4 Alasan Memilih Mahasiswa Ilmu Politik	39
BAB V DESKRIPSI DATA	42
BAB VI ANALISIS DATA	53
6.1 Deskripsi Responden	53
6.2 Statistik Deskriptif	55
6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	63
6.4 Interpretasi Hasil	69
BAB VII PENUTUP	71
7.1 Kesimpulan	71
7.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara yang menganut sistem politik demokrasi sudah tidak asing dengan Pemilihan Umum, khususnya dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres). Keberlangsungan Pilpres dilaksanakan setiap lima tahun sekali menjadi sebuah pesta bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Masyarakat akan memilih Pasangan Calon (Paslon) Presiden dan wakil Presiden yang terbaik. Figur pasangan calon kandidat menjadi pertimbangan besar dalam menentukan calon yang akan dipilih, sehingga para politisi harus melakukan komunikasi politik yang baik, salah satunya melalui kampanye. Kampanye menurut Roger dan Storey merupakan serangkaian tindakan komunikasi terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Artinya, kampanye adalah proses komunikasi politik dan merupakan hal yang penting dalam demokrasi, masing-masing calon bersaing untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dengan penyampaian visi misi hingga gambaran umum tentang rencana program kerja dengan tujuan memperoleh kemenangan. Banyak cara yang dapat dilakukan dalam proses kampanye oleh masing-masing calon mulai dari rapat umum, kampanye langsung door to door, pemanfaatan media massa hingga kampanye digital (digital campaign).¹ Kampanye

fatmawati, "Kampanye Politik sebuah Pendekatan Etimologis," *cv amerta media*, 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

digital tidak dapat diabaikan pada tahun 2024, karena sepuluh tahun yang lalu sangat marak penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Republik Indonesia tahun 2014. Maraknya penggunaan media sosial di dunia maya dalam kampanye Pilpres 2014 berkaitan dengan semakin banyaknya pengguna internet di negara ini.²

Di era digital seperti saat sekarang ini, media memainkan peran yang benar benar signifikan dalam kehidupan manusia di seluruh penjuru dunia, terutama media sosial. Media sosial benar benar mempunyai peran vital dalam kehidupan manusia sekarang, semua bisa dan dapat dilakukan dengan media sosial, platform media sosial seperti tiktok, Instagram, twitter dan youtube telah menjadi sumber utama dari setiap berita dan isu isu yang berkembang di seluruh mancanegara. Di Indonesia sendiri pengaruh media sosial benar benar luar biasa, tercatat menurut data statistik dari databoks.katadata.co.id per tanggal 29 mei 2024 jumlah pengguna media sosial di Indonesia adalah : 191 juta pengguna (73,7% dari populasi manusia di Indonesia) dengan rincian sebagai berikut :³

Tabel 1.1
Pengguna Media Sosial Dan Populasi

NO	Pengguna Media Sosial	Pengguna	Populasi
1.	Total pengguna	191 juta	73,7%
2.	Pengguna aktif	167 juta	64,3%

Majid, M. N., Dwi, E., & I2, A., "Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital," <http://journal.yazri.com/index.php/perseptif>, 2023, <http://journal.yazri.com/index.php/perseptif>.

³Andreas Daniel Panggabean, "Penggunaan media sosial masyarakat indonesia," [Databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), 2024, hlm.2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

3.	Penetrasi internet	242 juta	93,4%
----	--------------------	----------	-------

Platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah dengan rincian sebagai berikut ;⁴

Tabel 1.2

Jumlah Pengguna Setiap Platform Media Sosial

NO	Media Sosial	Pengguna	Populasi
1.	Youtube	139 juta	53,8%
2.	Instagram	122 juta	47,3%
3.	Facebook	118 juta	45,9%
4.	WhatsApp	116 juta	45,2%
5.	Tiktok	89 juta	34,7%
6.	Twitter	27,5 juta	9,95%

Sedangkan dari segi umur, pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sedangkan laki-laki (48,7%). Sedangkan rata rata waktu penggunaan media sosial masyarakat Indonesia sendiri menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Kegiatan yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), hiburan (61%).⁵

⁴ Theglobalstatistik2024
Databoks,panggabea, op.cit.,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Tabel 1.3 Kualifikasi Pengguna Media Sosial

Umur Pengguna Media Sosial	18-34 tahun (54,1%)
Laki- laki	48,7%
Perempuan	51,3%
Waktu Penggunaan Media Sosial	3 jam 14 menit per hari (81%)

Tabel 1.4 Kegiatan Di Media Sosial

NO	Kegiatan Media Sosial	Populasi
1.	Foto/video	81%
2.	Komunikasi	79%
3.	Berita/informasi	73%
4.	Hiburan	68%
5.	Hiburan	61%

Berdasarkan sumber di atas dapat kita ketahui betapa besarnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang mana dengan jumlah yang begitu besar, cukup banyak penggunaannya menjadikan media sosial sebagai tempat dan sumber penghasilan yang begitu amat menjajikan, sebut saja sebagai seorang konten creator tiktok maupun sebagai seorang youtuber. Ada banyak pula orang-orang yang dengan latar belakang ekonomi yang jauh dari kata cukup mampu menjadi seorang yang bergelimang harta dan mempunyai finansial yang stabil dari media sosial ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dipilih sebagai objek penelitian karena keduanya merupakan figur politik yang aktif dan konsisten membangun citra serta komunikasi politik melalui media sosial selama Pemilu 2024. Anies dikenal dengan gaya komunikasi rasional dan berbasis gagasan perubahan, sementara Muhaimin menonjol dengan pendekatan religius dan kedekatan dengan masyarakat. Kombinasi ini menjadikan pasangan Anies–Muhaimin menarik untuk diteliti karena mereka merepresentasikan perpaduan antara intelektualitas dan religiusitas yang relevan dengan karakter mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, yang cenderung kritis, rasional, dan berlandaskan nilai keislaman. Dengan demikian, penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana strategi komunikasi digital pasangan tersebut memengaruhi tingkat elektabilitasnya di kalangan pemilih muda terdidik.

Anies baswedan sendiri tentunya menjelang pemilu 2024 membawa modal yang cukup mengesankan terkhusus pada masyarakat Sumatera Barat yang mana sebelum pemilu dimulai berdasarkan hasil survei yang dikeluarkan oleh Sumatera Barat Leadership Forum (SBLF) pada mei – 2 juni 2023 yang mana ia unggul dengan 50,5% perolehan suara jauh meninggalkan pasangan lainnya.⁶ Hal ini semakin diperkuat dengan Masyarakat Sumatera Barat banyak yang optimis dan percaya dengan Anies Baswedan, itu sendiri banyak saya temukan dan terjadi di daerah kabupaten Pesisir Selatan

Sumatera Barat Leadership Forum (SBLF) – Myriset Konsultan Indonesia, “Survei Elektabilitas Capres di Sumbar: Anies Unggul 50,5 %, Prabowo 34,66 % & Ganjar 5,86 %,” 5 Agustus 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Ilmu Politik merupakan salah satu jurusan yang ada di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, dengan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Sebagai salah satu Universitas terkemuka di Sumatera Barat yang berada di urutan ke-6 di Sumatera Barat dan urutan ke-218 di nasional versi edurank tahun 2024,⁷ Universitas Muhammadiyah tentunya mempunyai banyak mahasiswa yang hebat dalam hal akademik maupun non akademik.

Tabel 1.5

Top 10 Universitas Terbaik Di Sumatera Barat 2024 Versi Edurank

NO	UNIVERSITAS	PERINGKAT
1	Universitas Negeri Andalas	Peringkat nasional : 19
2	Universitas Negeri Padang	Peringkat nasional : 26
3	Universitas Putera Indonesia YPTK Padang	Peringkat nasional : 91
4	Universitas Islam Negeri Imam Bonjol	Peringkat nasional : 128
5	Universitas Bung Hatta	Peringkat nasional : 180
6	Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat	Peringkat nasional : 218
7	Universitas Dharma Andalas	Peringkat nasional : 332
8	Universitas Tamansiswa	Peringkat nasional : 342
9	Universitas Ekasakti	Peringkat nasional : 350

Edurank(27024). 10 Universitas Terbaik Di Sumatera Barat

10	Universitas Baiturrahmah	Peringkat nasional : 424
----	--------------------------	--------------------------

Peneletian ini sangat menarik untuk dilakukan mengingat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat merupakan salah satu kampus terbaik di Sumatera Barat, tentunya penting untuk dapat melihat bagaimana media sosial mempengaruhi opini politik Mahasiswa ilmu politik yang secara akademik memiliki pengetahuan lebih dalam terkait dunia perpolitikan di dibandingkan dengan fakultas yang lainnya, selain itu Mahasiswa Ilmu Politik memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika politik, yang mencakup opini publik, strategi kampanye, dan perilaku pemilih. Dibandingkan dengan mahasiswa dari disiplin ilmu lain, mahasiswa Ilmu Politik cenderung lebih kritis dalam menganalisis informasi politik di media sosial. Mereka memiliki kemampuan untuk membedakan antara propaganda politik, kampanye digital yang efektif, dan strategi komunikasi kandidat. Oleh karena itu, Mahasiswa Ilmu Politik adalah kelompok yang tepat untuk dievaluasi dalam hal pengaruh media sosial terhadap elektabilitas calon.

Penelitian ini di ambil dan di anggap menarik karena Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar keluar sebagai pemenang di Sumatera Barat dengan perolehan suara 56,53% dengan perolehan suara 1.744.042 yang dikeluarkan oleh KPU maret 2024.⁸ Disisni penulis ingin meneliti apakah dari perolehan suara itu adakah

⁸ Surya Efitrimen, "Rekapitulasi KPU: Anies–Cak Imin Unggul di Sumbar, Raih 1.744.042 Suara," *DetikNews*, 14 Maret 2024.

dampak dan pengaruh dari media sosial yang digunakan oleh mahasiswa ilmu politik.

1.1 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengaruh media sosial terhadap elektabilitas Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada pemilu 2024 dikalangan Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat?

1.2 TUJUAN PENELITIAN

Analisis dampak media sosial terhadap elektabilitas Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilu 2024 dikalangan Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

1.3 MANFAAT PENELITIAN

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yang mana itu artinya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada akademisi, tim kampanye dan masyarakat umum dalam memahami dan juga bisa menerapkan sikap bijak dalam penggunaan media sosial dalam konteks politik. Dan berikut penulis telah merangkum beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, selain dari poin yang diatas, yang mana di antaranya yaitu :

- a. Dapat memahami pola preferensi pemilih.

Dengan adanya penelitian ini, pembaca dapat mengungkap bagaimana pola pemilih di kalangan siswa pemilih pemula dapat mempengaruhi elektabilitas anies baswedan dan muhaimin Iskandar, terutama sekali

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

terkait dengan penggunaan media sosial, sehingga dengan ini dapat memberikan pelajaran dan wawasan tentang bagaimana karakteristik dan preferensi Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang mungkin saja berbeda dengan wilayah lain di Indonesia.

b. Menilai efektivitas strategi media sosial

Dengan studi ini dapat mengkaji sejauh mana strategi media sosial mampu memengaruhi pemilih, terutama di kalangan Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Temuan ini dapat digunakan oleh tim kampanye sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki atau menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan hasil yang diperoleh.

c. Mengukur sejauh mana pengaruh media sosial pada pemilu 2024

Media sosial memiliki peran yang semakin besar dalam pemilu, dan penelitian ini dapat membantu menjelaskan seberapa besar pengaruh media sosial pada pemilu 2024 seperti di kalangan Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

d. Memberikan pemahaman bagi publik luas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat umum dalam memahami bagaimana media sosial dapat mempengaruhi pendapat dan pilihan politik mereka. Ini juga dapat memiliki potensi

untuk dapat membantu meningkatkan literasi digital dan kesadaran politik masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

