

Menakar Partisipasi Politik Mahasiswa Berbasis Pembelajaran (Studi Eksperimen pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya)

Safitri Elfandari¹, Muhamad Hidayatul Ilham², Andries Lionardo³

Department of Communication Science, Social and Political Science, Sriwijaya University,
Jl. Raya Palembang – Prabumulih Km. 32 Indralaya, Ogan Ilir, Sumatera Selatan 30662

@safitrielfandari@fisip.unsri.ac.id¹

@muhamadhidayatulilham@fisip.unsri.ac.id²

@andrieslionardo@fisip.unsri.ac.id³

Diterima: Februari, 2021 **Direview:** Maret, 2023 **Diterbitkan:** Juni, 2023

Abstrak. Mahasiswa sebagai *agent of change* dan pemilih pemula memiliki peran penting dalam keberlangsungan politik di Indonesia. Mahasiswa diharapkan dapat membawa perubahan dalam keberlangsungan Demokrasi Indonesia yang sebentar lagi akan memasuki pemilihan umum tahun 2024. Mata kuliah Komunikasi politik dikenalkan kepada mahasiswa ilmu komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya, bagaimana pentingnya berpartisipasi, merespon, dan mengetahui ruang lingkup, serta definisi bentuk strategi komunikasi politik. Dengan memperkenalkan komunikasi politik pada mahasiswa diharapkan mereka mampu berpikir secara komprehensif dan kritis dalam konteks komunikasi politik. Untuk meningkatkan kepekaan dan keterampilan mahasiswa berpikir kritis, mata kuliah ini tidak hanya memberikan teori komunikasi politik saja, tetapi juga memberikan ruang *eksperimen* bagi mahasiswa untuk ikut serta mengenal komunikasi politik dalam simulasi praktek komunikasi politik. Mulai dari membuat logo partai, ideologi, visi misi, strategi, dan kampanye serta pemungutan suara melalui media sosial instagram. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi dan data-data yang diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Sriwijaya mampu merefleksikan dan mempraktekkan komunikasi politik dengan baik dan adanya ketertarikan dalam dinamika komunikasi politik di Indonesia. Dengan diadakannya simulasi secara langsung membuat mahasiswa menjadi paham dan dan mampu merefleksikan teori komunikasi politik dengan kegiatan komunikasi politik secara langsung. Mulai dari memperkenalkan partai politik mereka, logo, visi misi, strategi dan melakukan kampanye hingga melakukan pemilihan suara melalui media sosial instagram. Dan hal ini dapat mengurangi rasa apatis generasi muda terhadap politik di Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Pemilih Pemula, Partisipasi Politik, Mahasiswa

Abstract. *Students as agents of change and first-time voters have an important role in the sustainability of politics in Indonesia. Students are expected to be able to bring about changes in the sustainability of Indonesian democracy of general election in 2024. Political communication courses are introduced to students of Communication Science at FISIP Sriwijaya University. The importance of participating, responding, and knowing the scope, as well as the definition of a form of political communication strategy. By introducing political communication, it is expected that they will be able to think comprehensively and critically in the context of political communication. This course does not only provide political communication theory but also provides an experimental space for students to participate in political communication practice. starting from party logos, ideology, vision, and mission, strategies, and campaigns and voting through social media Instagram. This research is descriptive qualitative in nature, using observation techniques, interviews and documentation to obtain the necessary information and data. The results showed that communication science students at the Faculty of Social and Political Sciences at Sriwijaya University were able to practice political communication and have an interest in the dynamics of political communication in Indonesia. By simulation they have an experience about political communication, starting from introducing their political parties, logos, vision and mission, strategies and conducting campaigns to voting through Instagram social media. And this can reduce the apathy of the younger generation towards politics in Indonesia.*

Key words: *political communication, beginning voters, political participan, Student*

1. Pendahuluan

Mahasiswa sebagai *agent of change* dan pemilih pemula memiliki peran penting dalam keberlangsungan politik di Indonesia. Mahasiswa diharapkan dapat membawa perubahan dalam keberlangsungan Demokrasi Indonesia yang beberapa saat lagi akan memasuki pemilihan umum tahun 2024. Dalam hal ini penulis akan melakukan metode pembelajaran tentang komunikasi politik pada mahasiswa dengan menggunakan metode pembelajaran berbasis masalah. Di awal perkuliahan saat ditanyai pendapat mahasiswa tentang politik, dan ketertarikan mereka tentang kisruh politik di Indonesia, sebagian mereka mengatakan

tidak tertarik dan tidak begitu mengamati berita atau pun informasi tentang politik. Pembelajaran berbasis masalah (PBL) adalah sebagai bentuk pembelajaran yang berpusat pada ‘masalah dan teka-teki yang ingin dipecahkan’ (Boud, 1985:13). Kegunaan dari pendekatan pembelajaran berbasis masalah ini adalah untuk memberdayakan peserta didik dalam melakukan penelitian, mengintegrasikan teori dan praktek dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan solusi sebuah masalah dengan layak (Savery, 2006:9-10). Dalam hal perkuliahan, mahasiswa diharapkan mampu menerapkan teori yang telah mereka

pelajari, baik dalam kehidupan sehari-hari ataupun dalam menyelesaikan tugas yang di berikan. Salah satunya yakni mengenai simulasi komunikasi politik yang diterapkan dalam pembelajaran berbasis masalah pada mahasiswa.

“Politik” secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, *politeia (Polis)* yang memiliki arti kesatuan masyarakat yang berdiri sendiri, yaitu negara dan *teia*, berarti ‘urusan’. Komunikasi politik merupakan suatu elemen yang dinamis dan dapat menentukan sosialisasi politik dan partisipasi politik, sehingga komunikasi politik dapat membuat corak perilaku insan politik. komunikasi politik lekat dengan kehidupan sehari-hari, dimana komunikasi politik bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah” (Althoff & Rush, 2005).

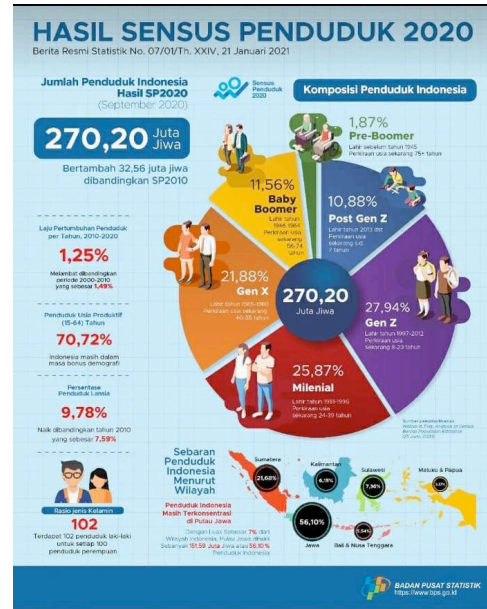
Mengenalkan politik kepada generasi muda yang notabene adalah pemilih pemula tentunya diharapkan dapat membawa arah positif keberlangsungan demokrasi di Indonesia. Tidak hanya memberikakan tontonan debat para tokoh politik, tapi juga memberikan mereka kepercayaan diri untuk bisa mengeluarkan pendapat dan ikut

berpartisipasi dalam pemilihan suara (Arumsari & Nugraheni, 2018).

Badan Pengawas Umum (Bawaslu) telah memprediksi pada Pemilu mendatang tahun 2024 akan banyak muncul pemilih muda yang tembus 60 persen. Pemilu tahun 2024 akan menjadi era para mahasiswa dan pemilih pemula untuk memberikan suara.(Gloria, 2022).

Sebagai bentuk aktualisasi mahasiswa mengenai komunikasi politik yang ada, penulis mengajak mahasiswa untuk mengenal politik dengan memberikan *experience* pada mahasiswa sebagai peserta dari partai politik, tokoh politik, calon presiden, wakil presiden hingga proses kampanye dan pemilihan suara melalui media instagram. Hal ini sebagai upaya meningkatkan rasa peduli mereka guna kemajuan dinamika politik bangsa dalam berdemokrasi saat ini. Pemilih muda pada pemilu adalah generasi yang sudah berusia 17 tahun atau belum 17 tahun tetapi sudah pernah menikah. Pemilih pemula ini memiliki sifat karakter, serta latar belakang, pengalaman dan tantangan yang berbeda dengan generasi sebelumnya (Nur Wardhani, 2018)

Saat ini politikus muda yang menduduki posisi strategis dalam partai politik, legislator, kepala daerah dan lainnya mengalami kenaikan jumlah yang signifikan. (putra, 2014; meiji:2016). Banyaknya pendatang baru sebagai pemilih pemula sejak tahun 2014 menunjukkan perkembangan partisipasi politik di berbagai daerah, dan menariknya di pemilu 2019 lalu, Litbang Kompas mencatat tren peningkatan jumlah pemilih pemula menunjukkan grafik kenaikan. Fenomena ini menunjukkan tingkat kesadaran generasi Z berada pada angka 70% (Rakhman dan Haryadi, 2019). Hasil survey sensus penduduk tahun 2020 menunjukkan jumlah gen Z mencapai 74,93 juta jiwa, dan jumlah generasi milenial sebanyak 69,38 juta jiwa. Dengan jumlah tersebut Gen Z diperkirakan akan menjadi pemilih pemula yang akan mendominasi di Pemilu 2024 mendatang (Media Indonesia, 2021).



Sumber: (Pro Kaltim, 2021)

Dalam peradaban teknologi saat ini, mereka adalah kelompok yang dekat dengan kemajuan teknologi informasi, tidak hanya media televisi dan radio, media sosial, berita *online*, dan informasi dunia maya lainnya memberikan pandangan serta pilihan yang bervariasi dalam menerima informasi.

Sejak pemilihan umum 2019 lalu, partai politik peserta pemilu sudah menyadari kehadiran para pemilih pemula. Pemilih kelahiran 90'an saat itu dianggap sebagai pemilih *milenial* dan menyukai gaya kepemimpinan yang lebih merakyat (Subagyo, 2019). Sehingga banyak tokoh muda yang bermunculan dalam kampanye politik tahun 2014, yang menggambarkan

anak muda sebagai bagian dari mereka. Bahkan saat ini di dalam pemerintahan presiden Jokowi 2019-2024 banyak melibatkan generasi muda atau *millenial* di dalam kabinet pemerintahannya. Salah satu menteri termudanya adalah Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Nadiem Makarim. Selain itu pasca pemilu 2014 muncul Partai Politik Solidaritas Indonesia yang mengambil target partisipan anak muda. Partai ini dikelola oleh para aktivis politik baru yang sebelumnya tidak pernah menjadi pengurus atau anggota parpol manapun. Usia mereka dibawah 45 tahun dan rata-rata berusia 30 tahunan. Pandangan ini dilakukan agar dapat memberikan kesempatan pada generasi muda agar terlibat dalam kegiatan politik, serta menolak adanya politik gerontokrasi, yakni politik yang didominasi orang-orang tua dengan cara lama dan usang. Hal ini tentunya menjadi pekerjaan besar untuk semua partai politik, mereka harus mampu melaksanakan tugas, fungsi dan bertanggung jawab dalam hal pendidikan politik dan kaderisasi politik (Budiarjo, 2008).

Untuk menghadapi pemilu tahun 2024 mendatang, hal yang menjadi perhatian khusus adalah pendidikan politik yang masih rendah di kalangan pemilih muda.

Pendidikan politik yang masih rendah membuat kelompok ini rentan dijadikan sasaran dari kepentingan kelompok tertentu.

Beberapa faktor dapat menyebabkan kurangnya minat seseorang dalam berpartisipasi proses politik yakni, kurangnya kesadaran dan kepercayaan politik. Selain itu, pengetahuan yang dangkal turut menjadi sebab adanya sikap tidak peduli (Surbakti, 2010).

Melalui perspektif sosial, individu akan bertindak berdasarkan informasi politik yang mereka terima (adanya proses penilaian) dan rasa percaya yang dapat mengarahkan seseorang untuk bertindak berpartisipasi pada politik. (Saad & Salman, 2013). Rasa percaya yang diberikan masyarakat memiliki peran yang penting, sebab kepercayaan menjadi esensi yang menopang dan mendukung legitimasi sistem politik yang dibangun pemerintah. Ketika masyarakat tidak percaya maka akan menimbulkan dampak negatif terhadap pengelolaan dan pemberdayaan negara. (Haryanto et al., 2015).

Dengan sejalanannya prioritas nilai diantara individu dan pemerintah, serta didukung dan ditegakkannya nilai-nilai yang dihargai oleh masyarakat, hal ini dapat

memuculkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. (Munawarah & Kristanto, 2022).

Dari asumsi diatas, penelitian ini mencoba melakukan pembelajaran berbasis masalah di mata kuliah komunikasi politik pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, dengan memberikan ruang eksperimen kepada mahasiswa seolah-olah mereka adalah partisipan dan aktivis politik. Sebagai salah satu cara memberikan literasi politik di kegiatan perkuliahan bagi mereka yang merupakan partisipan pemilih pemula. Rumusan masalah yang diangkat dari latar belakang yang sudah disampaikan sebelumnya yakni **“Apakah Pembelajaran Berbasis Masalah Di Mata Kuliah Komunikasi Politik Ini Dapat Menumbuhkan Partisipasi Politik Mahasiswa Sebagai Pemilih Pemula Di Pemilu Tahun 2024 Mendatang?”**. Dengan melihat pandangan dan ketertarikan mereka dalam sebuah eksperimen diatas.

2. Kajian Literatur

Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan politik dari elit politik kepada masyarakat secara timbal balik

dengan tujuan pesan politik yang disampaikan mendapat respons yang diharapkan, seperti proses pengambilan keputusan politik secara transparan, demokratis dan tanggung gugat atau akuntabilitas (FSM, 2018).

Komunikasi memiliki peranan penting dalam proses politik, tak jarang para penguasa berupaya untuk mengawasi dan mengendalikan “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan selama berkuasa. Secara sederhana komunikasi politik dapat diartikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor politik, serta berkaitan dengan kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan pemerintah.

Dalam kaitan hal komunikasi politik, media ikut berperan aktif sebagai penyalur (diseminator) berbagai informasi dari kekuatan politis penguasa, pemilik modal, maupun kekuatan ekonomi dan politik yang lain. Media massa atau media sosial mempunyai pengaruh yang kuat dalam pembentukan opini, persepsi seseorang sehingga dapat mempengaruhi orang lain dalam menentukan sikap mengambil keputusan begitu pula dengan pilihan dan kepercayaan politik. (Trisna & Fatmariza, (2019:202). Dari hasil survey yang

dilakukan IDN Research institute dengan judul “Indonesia Millennial Report 2019” hanya 23,4% orang yang suka mengikuti berita politik. Padahal dengan literasi politik yang terbentuk dapat membangun aspek dalam kualitas demokrasi serta dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya berpartisipasi aktif untuk negara. Sedangkan jika literasi politik tidak terbangun dalam masyarakat berbagai problematika sosio-politik akan muncul, Karim (2015:6) mengungkapkan akan terjadinya “Sinisme Politik, Apatisme menyebabkan kurangnya kesadaran politik. Oleh sebab itu perlunya meningkatkan pemahaman politik melalui informasi yang dihadirkan berbagai media agar literasi politik terbentuk. Selain meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada umumnya, partisipasi mahasiswa ataupun pemilih muda dan pemula pun perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pandangan yang kritis dan konstruktif terhadap permasalahan isu-isu sosial dan politik.

Kajian komunikasi politik memiliki tiga elemen yang didefinisikan oleh (McNair, 1995) bahwa :

1. *Political organization* yang terdiri partai politik, organisasi publik,

pressure group, terrorist organization, dan government.

2. Media
3. Masyarakat (*citizens*).

Proses komunikasi politik tidak lepas dari peran dan unsur-unsur politik yakni partai politik, kelompok kepentingan (*Interest Group*), kelompok penekan (*pressure Group*), media komunikasi, dan tokoh politik. Unsur ini sangat berpengaruh dalam jalannya komunikasi politik, untuk menyampaikan tujuan, serta mendapatkan dukungan (suara rakyat) dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu hal yang dilakukan dari komunikasi politik adalah adanya koalisi antar partai, dimana koalisi antar partai ini dilakukan untuk memperoleh suara terbanyak untuk memenangkan kontestasi pemilu. Penerapan koalisi partai tercantum dalam undang-undang dasar 45 pasal 6A ayat 2 “*calon presiden dan wakil presiden diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilihan umum sebelum pemilihan umum*”. Kemudian penerapan koalisi juga diatur dalam Undang-Undang pasal 9 No. 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden, yang berbunyi: “*pasangan calon diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik*

peserta pemilu yang memenuhi persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% dari suara sah nasional dari pemilu anggota DPR, sebelum pelaksanaan pemilu presiden dan wakil presiden”.(Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden, 2008).

Dalam buku Komunikasi Politik (Cangara, 2009) menyebutkan unsur komunikasi politik meliputi sumber (komunikator), pesan, media, penerima, dan efek dimana efek atau pengaruh politik sebagai alat ukur seberapa jauh pesan politik dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan politik (perspektif politik).

Unsur-unsur Komunikasi Politik yaitu :

1. Komunikator politik yakni mereka yang dapat memberi informasi mengenai hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik. Seperti lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif baik pusat maupun daerah, kemudian politikus, fungsionaris partai politik, fungsionaris lembaga swadaya masyarakat, dan kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya pemerintah.

Komunikator politik adalah sebutan untuk mereka yang berkecimpung dalam dunia politik, yakni:

a. Politikus

Orang yang bercita-cita memegang jabatan pemerintah, pejabat karier, atau pimpinan organisasi politik.

b. Profesional

Orang-orang yang mencari nafkah dengan berkomunikasi karena keahliannya, seperti pakar politik dan media usus (majalah untuk khalayak khusus, stasiun radio, dll) yang yang menciptakan publik baru untuk menjadi konsumen informasi dan hiburan.

c. Aktivis

Komunikator politik utama yang bertindak sebagai luaran organisasi dan interpersonal. Beberapa jenis aktivis diantaranya adalah:

1. Juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi. Pada umumnya orang ini tidak memegang jabatan ataupun mencita-citakan jabatan di dalam pemerintah.

2. Pemuka pendapat, mereka yang bergerak dalam jaringan interpersonal.
3. Pesan politik
4. Saluran atau Media politik.

Komunikasi politik menyambungkan semua bagian dari sistem politik sehingga aspirasi dan kepentingan dapat dikonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan. Semua elemen komunikasi politik di gunakan oleh politikus dalam pelaksanaan aktivitas politiknya melalui pemanfaatan berbagai saluran media komunikasi. Media massa adalah saluran instrumen komunikasi yang paling menarik dan berpengaruh dalam proses politik. Dimana saat Pemilu 2014 antara Jokowi dan Prabowo, kampanyenya dilakukan di berbagai macam lini media termasuk media sosial. Karena sifat dari komunikasi politik ini sangat terbuka sehingga mudah menimbulkan konflik, konflik ini berlangsung sebagai bentuk dari ketidaknyamanan dari berbagai pihak mengenai proses politik.

Partisipasi Politik

Partisipasi politik diartikan sebagai aktivitas warga negara yang bertujuan untuk

mempengaruhi kebijakan politik (Kaid & Haltz-Bach, 2008). Aktivitas warga negara dalam partisipasi politik diantaranya adalah memberikan suara (*voting*), menandatangani petisi, atau demonstran penutupan jalan, ikut serta menjadi anggota partai politik, mencalonkan diri menjadi pejabat publik, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan politik. Partisipasi politik adalah warga negara yang tidak termasuk sebagai politisi atau pejabat pemerintah dan termasuk aparatur sipil negara. Salah satu cara untuk memunculkan kesadaran politik individu yaitu dengan memberikan sosialisasi politik, dengan memberikan pemahaman apa itu politik, peristiwa politik, dan apa yang dapat dilakukan untuk dapat terlibat dalam dinamika kehidupan politik di negaranya. Secara teoritis, partisipasi politik yang ada di suatu negara akan menentukan kualitas demokrasi negara tersebut. Demokrasi akan terasa hambar tanpa adanya aktivitas atau tindakan yang dilakukan warga negaranya dalam partisipasi politik (Almond, 1960).

Menurut (Budiardjo, 2008) ada empat tingkatan partisipasi politik menurut yakni:

- a. **Apolititis**
Orang yang sama sekali tidak peduli politik
- b. **Penonton**
Orang yang terlibat dalam diskusi politik, memperhatikan pembangunan politik, mengikuti pemilu, anggota kelompok kepentingan, dan mereka yang hadir di *rally* politik.
- c. **Partisipan**
Orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan politik, seperti anggota parpol yang aktif, dan kelompok yang bekerja untuk kepentingan kampanye dan tindakan politis.
- d. **Aktivis**
Kelompok elit politik seperti pejabat aktif parpol, calon pejabat publik dan *deviant*.

Partisipasi generasi muda saat ini menjadi magnet tersendiri bagi partai politik dalam usaha mendapat suara mereka. Meski keterlibatan dan ketertarikan mereka terhadap politik dirasa masih kurang. Generasi muda sering kali dianggap sebagai kelompok yang kurang berminat pada proses persoalan politik, mereka memiliki tingkat kepercayaan rendah politisi serta sinis

terhadap berbagai lembaga politik dan pemerintah (Haste & Hogan, 2006). Perkembangan media sosial di Indonesia semakin pesat setiap tahunnya. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan lebih dari 196 juta atau 72% dari total penduduk Indonesia menggunakan jasa internet (Karim et al., 2020). Digunakannya media sosial sebagai sarana kegiatan berpolitik dianggap dapat memberikan peranan penting dalam literasi politik masyarakat.

Namun sejumlah studi dan informasi saat ini membantah kurangnya minat generasi muda dalam politik. Penelitian yang dilakukan oleh Morrisson (2014) terhadap partisipasi politik di kalangan pemilu 2014 menghasilkan kesimpulan bahwa tingkat partisipasi politik dikalangan pemula adalah tinggi, hampir 80 persen dari responden pemilih menunjukkan keinginan besar untuk memberikan suara pada pemilu presiden 2014, sekitar 73,2 persen responden telah memberikan suaranya pada pemilu legislatif 2014 di Jakarta. Namun bentuk partisipasi sebagian besar responden baru pada level paling ringan yaitu sekedar membicarakan isu politik dengan teman atau rekan. Aktivitas kampanye lainnya seperti membantu kampanye parpol atau

memberikan sumbangan ke parpol masih relatif rendah atau tidak intens (Morrison, 2016). Disamping itu, pola partisipasi politik Generasi-Z memiliki sifat temporer, yang hanya menggunakan media sosial untuk sekedar mengetahui atau mengikuti kegiatan pada saat pemilihan saja dan tidak ada tindakan lanjut pasca pemilihan (Karim et al., 2020)

3. Metode

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan melakukan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi dan data-data yang diperlukan. Peneliti menggunakan 2 kelas mata kuliah komunikasi politik untuk dijadikan objek penelitian, dan jumlah mahasiswa dari 2 kelas ini adalah 130 mahasiswa, mereka adalah mahasiswa semester 5. Diperkirakan rentang usia mahasiswa semester lima ini berkisar antara 19-22 tahun. Waktu yang diperlukan untuk melihat bagaimana animo mahasiswa dalam mempelajari sistem demokrasi melalui sistem pemilihan langsung adalah delapan minggu. Hal ini dilakukan agar mahasiswa dapat mengimplementasikan pembelajaran materi terkait mata kuliah Komunikasi Politik yang

diminta oleh dosen pengampu. Terdapat beberapa tahapan yang dilalui oleh mahasiswa sebelum melaksanakan simulasi ini. Hal pertama yang dilakukan adalah dosen memberikan literasi tentang komunikasi politik secara umum, dan memperkenalkan partai-partai politik yang menjadi peserta pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 lalu dan 2024 mendatang. Dalam tahap literasi ini diharapkan mahasiswa mampu mengenal dan memahami komunikasi politik yang ada di Indonesia, bentuk komunikasi kampanye, komunikasi koalisi partai. Kemudian di tahap kedua mahasiswa diajak untuk berpartisipasi membentuk partai, serta mengenal ideologi partai yang menjadi rujukan mereka dalam membuat partai versi mahasiswa. Tahap selanjutnya mahasiswa diberikan waktu untuk bermusyawarah menentukan struktur anggota partai politik hingga menentukan bakal calon presiden dan wakil presiden pilihan mereka selama 2 minggu. Tidak hanya membentuk struktur organisasi partai, mahasiswa diberikan waktu untuk membuat logo partai, slogan partai, dan visi misi. Di tahap 2 minggu selanjutnya mahasiswa dipersilahkan memperkenalkan partai politik dari masing-masing kelas dan mengumumkan nama

koalisi serta calon presiden dan wakil presiden mereka. Tahap selanjutnya melakukan kampanye serta pemungutan suara berdasarkan *vote* melalui Instagram. Dalam tahapan observasi peneliti memperhatikan bagaimana ketertarikan mahasiswa dalam berperan sebagai partisipan dan aktivis partai politik, kemudian melakukan wawancara kepada 4 orang mahasiswa yang berperan sebagai aktivis dan partisipan politik. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan fakta dan realitas di lapangan, dengan tidak membuat generalisasi dari hasil yang diperoleh. Hasil penelitian ini hanya memberikan gambaran dari fenomena dan situasi yang ada di lingkungan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sriwijaya.

4. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini ditemukan adanya ketertarikan dan semangat mahasiswa saat menjadi partisipan dan aktivis. Dimulai dengan membentuk partai politik dan membuat visi misi serta mars partai. Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa aktif dalam berdiskusi dan memperkenalkan partai mereka di media sosial. Media sosial yang mereka gunakan

untuk melakukan komunikasi politik baik berupa pengenalan partai, visi misi dan calon pejabat publik yakni media Instagram. Dari masing-masing kelas terdapat 12 partai, yakni 6 dari kelas Komunikasi Politik B Indralaya dan 6 dari kelas Komunikasi Politik C Indralaya. Setelah dibentuk partai mereka diminta untuk melakukan koalisi sesama partai dari kelas masing-masing, sehingga terbentuklah 2 partai koalisi yang akan mengusung calon presiden dan wakil presiden. Dalam kegiatan ini mereka diberikan pembelajaran materi yang harus diperhatikan saat membentuk partai dan komunikasi (kampanye) politik. Diantaranya mengenai ideologi partai yang dapat mereka ambil dari ideologi partai politik yang sudah ada untuk dijadikan referensi. Dari kelas B indralaya menghadirkan 6 nama partai yakni Partai

1. Partai Cepat Pandai Rakyat (CEPMEK)
2. Partai Golongan Keren (GOLKER)
3. Partai Optimis Sukses (POS)
4. Partai Pendidikan Indonesia (PPI)
5. Partai Usaha Anak Negeri (PUAN)
6. Partai Suara Muda Indonesia (PSMI)

Keenam partai ini kemudian berkoalisi menjadi Koalisi Bersuara (Bersatu Bersama Satu Arah) untuk memenangkan kontestasi politik calon presiden dan wakil presiden dari kelas B indralaya.

Di Kelas C Indralaya juga menghadirkan 6 partai politik, yakni

1. Partai Mahasiswa Berkomitmen (PAMIT)
2. Partai Kampus Sriwijaya (PAKAM JAYA)
3. Partai Pembangun Negeri (PARBARI)
4. Partai Golongan Sriwijaya (GOLSRI)
5. Partai Persatuan Suara Aspirasi Indonesia (PERSADA)
6. Partai Mahasiswa Sejahtera (PARTAIMASSE)

Keenam partai ini kemudian bersatu menjadi Koalisi Bina Indonesia yang juga mengusung calon presiden dan wakil presiden dari kelas mereka.

Dalam upaya mendapatkan informasi, peneliti mengajukan wawancara untuk menggali pengetahuan informan tentang politik, media yang digunakan dalam melakukan komunikasi politik, serta

tanggapan atau hasil dari proses pembelajaran berbasis masalah ini dalam meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam pemilu 2024 mendatang. Dari hasil wawancara dengan para informan peneliti mendapatkan tiga temuan sebagai berikut ;

Pembentukan Partai Politik Versi Mahasiswa

Dari temuan wawancara, hampir semua informan tau tentang politik, dan partai politik . informan dapat menyebutkan nama-nama partai politik yang ada di Indonesia. Seperti halnya yang diungkap salah satu informan:

“politik itu kepentingan. kalau partai-partai itu ada Gerindra, PDIP, Perindo, Golkar, Nasdem dan banyak sih. Kalau partai anak muda yang terkenal ya PSI, jadi saat bikin partai referensinya lebih ke anak muda dan berideologi nasionalisme”. (DK, 20th, mahasiswa kelas B Indralaya).

“Partai yang bisa dibilang partai anak muda memang PSI, tapi kami berideologi Nasiolanisme, seperti Gerindra. Untuk partai peserta pemilu tahun 2024 ini saya mengetahui akan ada banyak partai baru yang ikut bersaing, salah satunya partai buruh”. (CR,19th, Mahaiswa kelas C Indralaya).

Dalam hal ini para informan dan mahasiswa lainnya secara tidak langsung mulai mencari tahu dan mencoba mengenali partai politik peserta pemilu 2024 mendatang. Tidak hanya partai saja yang mereka kenali, tetapi siapa pemimpinnya, tokohnya dan ideologi yang di miliki partai-partai tersebut.

Media yang Mahasiswa Gunakan Dalam Melakukan Komunikasi Politik.

Media komunikasi yang mereka gunakan adalah media sosial instagram. karena informasi yang disampaikan lebih cepat sampai dan dapat diterima langsung oleh pengikut di Instagram mereka khususnya.

“Kalau di share di instagram kan langsung dilihat sama pengikut IG kita, dan mereka bisa bantu sebarkan ke yang lainnya jadi minim biaya, dan anak muda juga banyak yang menggunakan instagram. Kami juga suka dapat info-info tentang politik itu dari Tv, instagram, twitter, whatsapp”. Selain itu kami juga turun ke lapangan, bertemu dengan masyarakat, pedagang pasar, dan teman sesama mahasiswa, supaya mereka memberikan like di instagram kami. Jadi kegiatan kampanye ini seru dan bikin kita tau ternyata kampanye itu cukup melelahkan”. (DB, 19 th, mahasiswa kelas C Indralaya).

Selama proses pembelajaran komunikasi politik ini berlangsung, mereka terus melakukan pengenalan dalam bentuk komunikasi politik melalui media instagram dan juga turut mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat dan teman mahasiswa lainnya tentang isu-isu politik yang ramai di bicarakan, yang semua kegiatan mereka posting di instagram koalisi masing-masing.

“kami posting semua kegiatan kami, mulai dari posting siapa calon presiden dan wakil presiden yang kami usung, kemudian visi misi, kegiatan-kegiatan politik, dan membahas juga isu-isu politik yang beredar di masyarakat. Jadi rasanya seru juga ya jadi partisipan politik. Waktu simulasi ini kami juga minta untuk melakukan voting suara, mengumpulkan like terbanyak dalam waktu 7 hari, dan itu bikin semua teman-teman bergerak untuk meminta like ke semua teman-teman mahasiswa. (CR,19th, mahasiswa kelas C Indralaya)

Mengumpulkan hasil voting suara like terbanyak di instagram ini tentunya masih kurang efektif, tetapi melihat *effort* mereka untuk mengumpulkan like terbanyak dan partisipasi mereka dalam upaya memenangkan calon presiden dan wakil presiden yang mereka usung sangat tinggi. Sesi perdebatan sempat terjadi, saat jumlah like terbanyak diumumkan. Kelompok

koalisi bersuara mendapatkan jumlah like sebanyak **4.930 likes**, dan koalisi Bina Indo mendapatkan like sebanyak **5.830 likes**.

Gambar 1.1



Sumber: Instagram koalisi bersuara(2022)

Gambar 2.2



Sumber: Intagram koalisi Binaindo (2022)

“Paling seru itu waktu jumlah like kami mulai bersaing dengan kelas C, kelas kami waktu itu lebih unggul dari kelas mereka. Sempat curiga waktu like mereka terus naik dan melebihi kami. Saat itulah persaingan ketat dan perjuangan untuk memenangkan calon presiden dan wakil presiden jadi makin seru”. (DK, 20th, Mahasiswa kelas B Indralaya)

“Padahal tim kami sudah mendapat dukungan langsung dari partai gerindra. Waktu itu kami dapat retweet dari partai Gerindra dan Gerindra sumsel”. (NJ, 19th, Mahasiswa kelas B Indralaya)

Gambar 3.3



Sumber: Instagram koalisi bersuara(2022)

Dalam penerapan teori komunikasi politik, yakni kampanye, mahasiswa terlihat

sangat antusias dan berusaha untuk mendapatkan suara (*likes*) di Instagram mereka. Bahkan mereka mengatakan ikut terbawa dalam suasana kampanye ini, mereka merasakan di momen ini lah partisipasi masyarakat sangat dibutuhkan, begitu pula dengan suara mereka untuk di pemilu mendatang.

Proses Pembelajaran Berbasis Masalah dalam Meningkatkan Partisipasi Mahasiswa dalam Pemilu 2024 Mendatang.

Memberikan ruang eksperimen kepada mahasiswa diiringi dengan materi dan teori politik di kelas dapat menumbuhkan keingintahuan mereka tentang dinamika politik yang ada di Indonesia. Mahasiswa mulai memahami akan pentingnya suara saat pemilihan umum. Dalam rangka untuk memberikan suara kepada yang tepat, mereka akan lebih mengenali siapa tokoh yang diusung, partai yang mengusung guna kemajuan demokrasi Indonesia dimasa mendatang.

“Sistem pembelajarannya seru, jadi bisa banyak belajar tentang hal baru. Kami akan memberikan suara kepada yang tepat, tapi kalau keinginan untuk jadi tokoh politik, atau ikut dalam organisasi politik ya lihat nanti lah. Saat ini kami jadi

pengawal demokrasi saja”. (Db, 20th, 2022).

“Saya jadi tertarik politik, saya akan ikut mengawal Demokrasi di negeri ini.” (Nj. 19 th. mahasiswa kelas B Indralaya).

5. Kesimpulan

Dalam penelitian studi eksperimen pembelajaran berbasis masalah pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya dapat disimpulkan adanya ketertarikan mahasiswa tentang politik menjadi lebih terbuka, dan mereka menginginkan politik sehat dalam demokrasi Indonesia kedepannya, informasi tentang politik sering mereka dapatkan dari media sosial. Sesungguhnya generasi muda saat ini sadar akan politik, hanya saja perlunya diberikan pemahaman lebih mengenai politik, unsur-unsur dalam politik dan pentingnya berpartisipasi dalam pengawasan kebijakan-kebijakan politik dengan lebih peka terhadap isu-isu politik yang sedang terjadi, dengan begitu mahasiswa menjadi lebih sadar dan merasakan tanggung jawabnya sebagai *agent of change* demi keberlangsungan demokrasi, dan menyuarakan kebijakan-kebijakan pemerintah agar berpihak pada rakyat.

Adapun saran yang dapat dilakukan selanjutnya yakni semua stakeholder Pendidikan dapat menumbuhkan minat partisipasi politik di kalangan pemilih pemula seperti mahasiswa dengan menciptakan ekosistem demokrasi melalui pembelajaran di mata kuliah dan penelitian selanjutnya dapat pula menilai motif

ketertarikan mahasiswa dalam berpartisipasi politik. Kegiatan perkuliahan yang tidak hanya membahas materi membuat mahasiswa menjadi semangat, dan meningkatkan rasa ingin tahu serta meningkatkan keterampilan mereka menyampaikan pendapat.

Daftar Pustaka

- Almond, G. A. (1960). *The Politics of the Developing Areas*. Princeton University Press.
- Althoff, P., & Rush, M. (2005). *Pengantar Sosiologi Politik*. Raja Grafindo Persada.
- Arumsari, E. Y. L., & Nugraheni. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Semarang Di Kota Semarang. *Integralistik*, 396(2), 63–72.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik*. Raja Grafindo Persada.
- FSM, N. (2018). Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perempuan di Kota Majalengka. *InterKomunika*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i1.147>
- Gloria, R. (2022). *Gaet Pemilih Muda Awasi Pemilu, Bawaslu akan Berkolaborasi dengan “Kreator” Konten*. <https://www.bawaslu.go.id/id/berita/gaet-pemilih-muda-awasi-pemilu-bawaslu-akan-berkolaborasi-dengan-kreator-konten>
- Haryanto, H. C., Rahmania, T., Mubarak, A. R., Fauzi, H., & Fajri, E. (2015). Bagaimanakah Persepsi Keterpercayaan Masyarakat terhadap Elit Politik? *Jurnal Psikologi*, 42(3), 243. <https://doi.org/10.22146/jpsi.9913>
- Haste, H., & Hogan, A. (2006). Beyond conventional civic participation, beyond the moral-politic divide: Young people and contemporary debates about citizenship. *Journal of Moral Education*, 35(4), 473–493.
- Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat dan Pola Politik Partisipasi Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). *Paradigma Polistaat*, 3(2), 116–131. <https://doi.org/10.23969/paradigmapiolistaat.v3i2.3093>
- McNair, B. (1995). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.
- Media Indonesia. (2021). *Merebut Suara Generasi Z di Pemilu 2024*. <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/merebut-suara-generasi-z-di-pemilu-2024>
- Morrison. (2016). Tingkat Partisipasi Politik dan Sosial Generasi Muda. *Visi Komunikasi*, 15(01), 96–113.
- Munawarah, R., & Kristanto, A. A. (2022). Alienasi Pemuda dalam Politik: Peran Nilai dan Kepercayaan Politik Pada Partisipasi Politik Pemilih Pemula. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 32. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7081>
- Nur Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jupiiis.v10i1.8407>
- Pro Kaltim. (2021). *Gen Z dan Milenial*

- Mendominasi, Sensus 2020 Catat 270,2 Juta Penduduk Indonesia.* <https://kaltim.prokal.co/read/news/382277-gen-z-dan-milenial-mendominasi-sensus-penduduk-2020-catat-2702-juta-penduduk-indonesia.html>
- Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, (2008).
- Saad, S., & Salman, A. (2013). The role of values and attitudes in political participation. *Asian Social Science*, 9(8), 9–16. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n8p9>
- Subagyo, A. (2019). *Kepemimpinan Nasional untuk Generasi Milenial di Era Digital*. 71–83.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Grasindo.