



MENINGKATKAN ANTUSIASME POLITIK: PERAN MEDIA SOSIAL MENUJU PEMILIHAN PRESIDEN 2024

Rizky Ahmad Fahrezi , Dr. Wina Nurhayati Praja, S.Pd., M.Pd.

Universitas Pendidikan Indonesia Bandung

rizkyahmadfahrezi@upi.edu , winapraja@upi.edu

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Abstract (English)</p> <p><i>Social media has become an unavoidable platform in everyday life; however, its presence has not fully inspired significant political engagement among Indonesians. In this context, the role of conventional political socialization agents such as family, government institutions, and mass media also remains doubtful. Therefore, this study focuses on the role of social media ahead of the 2024 Presidential Election. With its ability to provide broad access to information and freedom of expression, social media has great potential to be a positive force in increasing people's political participation. Through a qualitative approach and content analysis, this research confirms that social media is effective in disseminating political information and building productive discussions related to the 2024 Presidential Election. Political socialization strategies through social media include building collective awareness to avoid the spread of misleading information while strengthening digital literacy efforts. Social media offers enormous potential as an effective tool in political socialization, particularly in responding to political issues related to the 2024 Presidential Election.</i></p> | <p style="text-align: center;">Article History Submitted: 12 Mei 2024 Accepted: 18 Mei 2024 Published: 19 Mei 2024</p> <p style="text-align: center;">Key Words <i>Social Media, Political Socialization, Presidential Election.</i></p> |
| <p style="text-align: center;">Abstrak (Indonesia)</p> <p><i>Media sosial telah menjadi platform yang tak terhindarkan dalam kehidupan sehari-hari; namun, kehadirannya belum sepenuhnya menginspirasi keterlibatan politik yang signifikan di kalangan masyarakat Indonesia. Dalam konteks ini, peran agen sosialisasi politik konvensional seperti keluarga, lembaga pemerintah, dan media massa juga masih diragukan. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada peran media sosial menuju Pemilihan Presiden 2024. Dengan kemampuannya menyediakan akses informasi yang luas dan kebebasan berekspresi, media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi kekuatan positif dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis isi studi pustaka, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial efektif dalam menyebarkan informasi politik dan membangun diskusi yang produktif terkait Pemilihan Presiden 2024. Strategi sosialisasi politik melalui media sosial mencakup pembangunan kesadaran kolektif untuk menghindari penyebaran informasi yang menyesatkan, sambil memperkuat upaya literasi digital. Media sosial menawarkan potensi yang sangat besar sebagai alat efektif dalam sosialisasi politik, khususnya dalam merespons isu-isu politik yang berkaitan dengan Pemilihan Presiden 2024.</i></p> | <p style="text-align: center;">Sejarah Artikel Submitted: 12 Mei 2024 Accepted: 18 Mei 2024 Published: 19 Mei 2024</p> <p style="text-align: center;">Kata Kunci <i>Media Sosial, Sosialisasi Politik, Pemilihan Presiden.</i></p> |

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, kita telah menyaksikan perubahan dramatis dalam dunia informasi dan komunikasi yang telah mengubah cara kita berinteraksi, berkomunikasi, bahkan berdiskusi tentang masalah sosial dan politik. Peran media dan teknologi baru menjadi sangat penting dalam merombak lanskap interaksi sosial kita. Para peneliti dari berbagai disiplin ilmu seperti media dan komunikasi, ilmu politik, sosiologi, dan hubungan internasional telah melakukan banyak studi tentang bagaimana

media sosial memengaruhi pola komunikasi dan partisipasi politik masyarakat.

Dengan munculnya internet sebagai elemen utama dalam teknologi baru, akses terhadap informasi politik telah menjadi lebih mudah, melibatkan pengguna, dan mendorong partisipasi politik secara online. Awalnya, internet digunakan sebagai alat komunikasi satu arah oleh partai politik melalui website mereka. Namun, seiring perkembangan teknologi, internet telah berevolusi menjadi alat komunikasi dua arah yang lebih dinamis dan interaktif.





Popularitas media sosial telah mencapai puncaknya di kalangan masyarakat Indonesia dan global. Pertumbuhan pengguna media sosial secara global menunjukkan tren yang signifikan, mencapai 4,2 miliar pengguna pada Januari 2021. Di Amerika Serikat, survei menunjukkan bahwa persentase pengguna internet yang melaporkan menggunakan media sosial meningkat dari 29% pada tahun 2008 menjadi 73% pada tahun 2013. Sementara itu, di Korea Selatan, jumlah pengguna media sosial juga terus meningkat.

Pengguna aktif media sosial di Indonesia sangat tinggi, tercermin dari respons aktif masyarakat terhadap isu-isu publik di platform tersebut. Dinamika isu publik mengenai pemilihan presiden tahun 2024 semakin memanas, menunjukkan betapa pentingnya media sosial dalam diskursus politik. Persentase pengguna Twitter di Indonesia juga terus meningkat pesat dari tahun ke tahun, mencapai 6,43 juta pengguna pada tahun 2019, atau sekitar 52% dari total pengguna media sosial.

Peningkatan signifikan penggunaan media sosial membawa peluang baru bagi warga negara untuk terlibat dalam aktivitas sipil. Isu-isu politik semakin gencar muncul di masyarakat menuju tahun pemilu 2024, memicu adu argumentasi dan perdebatan yang intens. Tidak hanya pelaku dan pengamat politik, banyak masyarakat awam yang turut serta dalam perbincangan hangat mengenai isu politik tersebut.

Terlepas dari berbagai polemik politik, masih ada sebagian masyarakat yang apatis terhadap politik. Kurangnya sosialisasi politik yang efektif dari agen-agen konvensional seperti keluarga, media massa, dan lembaga pemerintah, telah menyebabkan rendahnya partisipasi politik di Indonesia. Meskipun demikian, media sosial dianggap sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan partisipasi politik dengan menjamin kebebasan berpendapat dan memfasilitasi interaksi dua arah tanpa batasan ruang dan waktu.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan *studi*

pustaka dan *analisis isi*. Dalam pengumpulan data, beragam sumber seperti buku, jurnal, dan riset terkait menjadi landasan utama. Proses analisis dilakukan secara kritis untuk mendukung gagasan penelitian, dengan fokus pada peran media sosial menuju Pemilihan Presiden 2024. Melalui pendekatan ini, penelitian mendapatkan kerangka kerja yang mendalam untuk memahami fenomena kompleks yang terkait dengan partisipasi politik di era digital ini.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya pemilu 2024 akan ditentukan oleh keputusan masyarakat dalam menentukan pilihannya. Sebagai penentu keputusan utama, masyarakat memiliki tanggung jawab yang besar dalam menentukan masa depan politik negara. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pemilu sangat diharapkan, mengingat setiap suara yang diberikan dianggap memiliki nilai yang sangat berharga untuk kemajuan bangsa Indonesia selama periode lima tahun mendatang. Selain itu, peran sosialisasi politik juga diperjelas sebagai faktor penting dalam meningkatkan minat dan keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Melalui upaya sosialisasi politik yang efektif, diharapkan masyarakat akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu politik serta pentingnya peran mereka dalam proses demokrasi.

Sosialisasi politik dianggap krusial untuk meningkatkan partisipasi politik yang belum mencapai level maksimum. Proses ini tidak hanya membuka pikiran masyarakat terhadap realitas politik, tetapi juga memenuhi rasa ingin tahu mereka terhadap isu-isu politik yang sedang diperbincangkan di publik. Meskipun sosialisasi politik dapat dilakukan melalui berbagai agen seperti keluarga, lembaga pemerintah, dan media massa, tantangan masih ada dalam pelaksanaannya. Agen sosialisasi politik seringkali bersifat searah, teoritis, dan kurang menarik, sehingga kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital ini.

Keluarga dipandang memiliki keunggulan karena memberikan kebebasan bagi individu



untuk berdiskusi tentang isu politik sejak dini, memungkinkan penanaman nilai-nilai politik yang dapat dipertahankan dan dikembangkan saat dewasa. Namun, terdapat juga kelemahan dalam peran keluarga ini, yakni kecenderungan bersifat pasif karena hanya fokus pada pembelajaran informal dengan praktek yang terbatas di lingkungan keluarga dan masyarakat. Selain itu, pembahasan politik dalam keluarga memiliki keterbatasan dalam lingkungannya, yang dapat menyebabkan penolakan saat individu mencoba berdiskusi tentang isu politik di luar lingkup keluarga.

Lembaga pemerintah diyakini memiliki keunggulan dalam menjangkau masyarakat secara luas melalui iklan layanan masyarakat dan penyuluhan resmi. Namun, kelemahan terletak pada kurangnya daya tarik metode yang digunakan, seperti iklan layanan masyarakat yang seringkali tidak menarik minat publik. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya semangat dan minat berkelanjutan dari individu dalam politik, serta menghambat interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat karena komunikasi yang cenderung searah.

Media massa memiliki kemampuan untuk memberikan wawasan politik yang baru setiap hari dan mendorong opini tertentu terhadap politik kepada masyarakat melalui konten yang diperbarui secara rutin. Namun, terutama melalui televisi, sosialisasi politik sering terpengaruh oleh permintaan pasar dan kepentingan industri hiburan, sehingga kontennya dapat menjadi bias. Media massa sering kali gagal dalam menyampaikan sosialisasi politik karena acara-acara politik yang disajikan cenderung memiliki bias tertentu, yang membuat masyarakat kurang peduli. Iklan politik juga cenderung memperbesar sejumlah isu dan sering kali lebih memfokuskan pada politisi daripada pada isu yang sebenarnya, yang dapat membuat masyarakat merasa tidak diperhatikan dengan serius.

Dibandingkan dengan agen sosialisasi politik lainnya, media sosial menjadi pilihan utama bagi masyarakat karena mampu menawarkan wawasan yang luas dan disesuaikan dengan

preferensi individu. Kemampuan media sosial untuk memberikan kebebasan berpendapat dan akses cepat terhadap informasi membuatnya sangat menarik bagi masyarakat. Oleh karena itu, media sosial berkembang menjadi agen sosialisasi politik yang dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Media sosial memiliki jangkauan yang luas dan menyediakan kemudahan dalam mendapatkan informasi, termasuk informasi politik. Selain itu, media sosial memfasilitasi kebebasan berpendapat dan berekspresi, menjadi platform komunikasi politik antara pelaku politik dan masyarakat. Dalam hal pembiayaan politik, media sosial cenderung memerlukan biaya yang rendah tetapi dapat memberikan efek politik yang besar. Namun, meskipun memiliki banyak kelebihan, media sosial juga memiliki celah dan kekurangan yang dapat menghasilkan dampak negatif yang perlu diperhatikan.

Salah satu permasalahan utama adalah penyebaran *hoaks* dan konten yang memprovokasi kebencian, menghasilkan atmosfer yang tidak kondusif untuk diskusi politik yang sehat. Kebebasan dalam menggunakan media sosial juga berpotensi mempengaruhi perilaku pengguna, dengan meningkatnya kasus ujaran kekerasan dan intimidasi online terkait isu politik. Di samping itu, konten *spam* juga meramaikan media sosial, menyulitkan masyarakat dalam membedakan informasi yang benar dari yang salah. Semua hal ini menunjukkan bahwa media sosial, sementara memiliki potensi besar sebagai agen sosialisasi politik, juga memiliki kekurangan yang perlu diperhatikan.

Pengguna media sosial memiliki potensi untuk menjadi bagian dari solusi dalam meminimalisir dampak negatif media sosial sebagai agen sosialisasi politik. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melakukan pengecekan konten untuk memverifikasi kebenaran informasi yang diterima, sehingga mengurangi penyebaran *hoaks* dan informasi yang menyesatkan. Selain itu, pengguna juga dapat mengaktifkan fitur filter di media sosial untuk menghindari paparan terhadap konten yang tidak pantas, seperti



umpatan dan ujaran kebencian, sehingga menciptakan lingkungan online yang lebih ramah dan positif.

Dengan kemampuannya dalam menampung informasi yang luas dan memberikan kebebasan berpendapat, media sosial diharapkan dapat menjadi wadah bagi diskusi yang sehat mengenai isu-isu politik yang relevan. Lebih jauh lagi, media sosial diharapkan dapat menjadi tempat pertemuan antara elit politik dan masyarakat umum, memungkinkan aspirasi politik yang muncul dari masyarakat dapat didengar dan dipertimbangkan oleh para pemimpin politik. Contoh konkret dari isu-isu politik yang dapat dibahas di media sosial meliputi pemilu 2024, koalisi partai politik, polemik seputar tiga periode masa jabatan presiden, dan diskusi mengenai kandidat presiden dan wakil presiden.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah sosialisasi politik melalui media sosial, dengan tujuan mendorong partisipasi politik di kalangan masyarakat yang tidak terfasilitasi oleh agen sosialisasi politik lainnya. Pentingnya menjaga etika bermedia sosial juga ditekankan, di mana kebebasan berpendapat harus dijaga tanpa menciptakan konflik dan kegaduhan berlebihan. Langkah-langkah untuk meminimalisir *hoaks*, ujaran kebencian, dan informasi menyesatkan juga menjadi fokus utama. Selain itu, diperlukan kampanye literasi digital secara massif agar masyarakat dapat memilih dan memilah informasi dengan baik. Dengan implementasi langkah-langkah tersebut, diharapkan media sosial dapat berfungsi sebagai agen sosialisasi politik yang efektif, menumbuhkan semangat berdemokrasi yang sehat di ruang maya bagi masyarakat Indonesia.

IV. KESIMPULAN

Tiap individu memiliki preferensi yang berbeda dalam memilih sumber informasi politik yang dianggap efektif dan efisien. Pilihan ini kemudian mempengaruhi tingkat minat masyarakat secara keseluruhan terhadap ranah politik. Namun, penting untuk diakui bahwa setiap agen sosialisasi politik memiliki kelebihan

dan kekurangan dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat.

Disarankan bagi agen sosialisasi politik untuk meningkatkan kualitas penyampaian informasi politik dan memperbaiki kekurangan yang dimiliki masing-masing. Hal ini akan membantu dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat lebih berkualitas dan akurat. Di sisi lain, masyarakat juga disarankan untuk menjadi lebih proaktif dalam mencari informasi dari berbagai agen sosialisasi, serta untuk melakukan penyaringan terhadap informasi yang diterima. Masyarakat dihimbau untuk tidak mudah terpancing oleh isu-isu politik yang belum terverifikasi kebenarannya, dan untuk mempertimbangkan dengan cermat sebelum membuat keputusan politik.

Selanjutnya, penting untuk mengakui peran literasi digital sebagai langkah proaktif dalam mengelola penggunaan media sosial. Literasi digital dapat menjadi kunci untuk memanfaatkan media sosial secara optimal dalam mencegah kegaduhan yang disebabkan oleh penyebaran isu politik yang tidak terverifikasi. Selain itu, penting bagi pengguna media sosial untuk dilengkapi dengan kemampuan memilih dan memilah informasi yang diterima, sehingga dapat menanggapi isu politik dengan lebih cerdas dan bertanggung jawab. Meskipun ruang debat dan kebebasan berekspresi dalam merespons isu politik perlu dipertahankan, namun hal tersebut harus tetap berada dalam bingkai demokrasi yang sehat dan berdampak positif bagi politik Indonesia.

REFERENSI

- [1] Alfaruqy, M. Z. (2022). Keluarga sebagai Mikrosistem Sosialisasi Politik: Survei Psikologi Politik. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 13(1), 72-87
- [2] Hadi, Akbar Baihaqi., (2021). Peran Komisi Pemilihan Umum dalam Memberikan Sosialisasi Politik Bagi Pemilih Pemula dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Menurut Fiqh Siyasah (Studi Pada Komisi Pemilihan



- Umum Kota Bandar Lampung). Skripsi. UIN Raden Intan Lampung. Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/15371/>
- [3] Herman, S., Malik, I., & Sari, R. (2021). Sosialisasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Kepala Daerah Di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. *KIMAP*, 2(4), 1371-1383
- [4] Hisan, K., & Azhar, A. A. (2020). Trend Iklan Politik Luar Ruang Dalam Ruang Media Massa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 11(2), 80-84
- [5] Intyaswati, D. (2021). Peran Media Massa Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilihan Umum 2019. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 140-149
- [6] Kustiawan, W., Ramadhani, K. R., Damanik, S. V., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1371-1380
- [7] Munazar, Mukhlis. 2021. Peran Keluarga Sebagai Agen Sosialisasi Politik Dalam Pemilihan Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Di Kota Mataram Tahun 2020. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram. Diakses dari <https://repository.ummat.ac.id/3285/>
- [8] Octavia, Lia. (2022). Sosialisasi Politik Virtual Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Bandar Lampung Tahun 2020 (Studi Pada Pemilih Pemula Melalui Media Sosial Resmi Komisi Pemilihan Umum Kota Bandar Lampung). Skripsi. UIN Raden Intan Lampung. Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/18314/>
- [9] Rohma, A.A., Alfirdaus, L.K., & Adnan, M. (2023). Sosialisasi Politik Pilkada Lamongan 2020 Oleh Kpu Lamongan Di Radio Prameswara. *Journal of Politic and Government Studies* 12(1), 284-296
- [10] Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media Sosial Dan Digitalisasi Partisipasi Politik Pada Generasi
- Muda: Perspektif Indonesia. *Jurnal Society*, 8(1). 87-97