



Dampak Media Sosial Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Pada Tahun 2024

Dhira Rizkia Ramara^{1*}, Ginda Surya Trilestari², Shella Putri Amalia³, Resthy Nuraeni Safitri⁴, Muhammad Faishal Rabbani Zahran⁵, Supriyono Supriyono⁶

¹⁻⁵ Program Studi Manajemen Pariwisata, STIEPAR Yapari Bandung, Indonesia

⁶ Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

dhiraramara28@gmail.com^{1*}, gindasuryatrilestari@gmail.com², lacaramel076@gmail.com³,
resthysafitri@gmail.com⁴, faishalrabbani021@gmail.com⁵, supriyono@upi.edu⁶

Korespondensi Penulis: dhiraramara28@gmail.com*

Abstract. *This research aims to identify patterns of social media usage, evaluate the effectiveness of social media campaigns, and explore the role of social media in voter education. This research discusses the influence of social media on public participation in the 2024 elections in Indonesia. Social media has become one of the main tools in political communication, both for candidates, political parties, and voters. This study uses a mixed-methods approach with surveys of 500 respondents from various regions in Indonesia, complemented by content analysis of political campaigns on social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. The level of voter participation who are actively engaged in online political discussions is also proven to be higher compared to those who are less active on social media. The issues found in the field include: 1. What are the social media platforms most commonly used by the public in the context of elections? 2. How is social media used to educate voters about political issues, candidates, and the electoral process? 3. What are the main challenges faced in using social media for electoral participation? The research method used is the quantitative method. This method involves the collection of data that can be measured and statistically analyzed. The research results show that social media plays a significant role in increasing political awareness among the public, especially among young voters. However, the research also found that information disseminated through social media is often unverified, which can negatively influence public opinion.*

Keywords: *Community Participation, Content Analysis, Elections, Facebook, Instagram, Political Campaign, Political Communication, Social Media, Survey, Voter Education, TikTok.*

Abstrak . Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola penggunaan media sosial, mengevaluasi efektivitas kampanye di media sosial dan menjelajahi peran media sosial dalam pendidikan pemilih. Penelitian ini membahas pengaruh media sosial terhadap partisipasi masyarakat dalam Pemilu 2024 di Indonesia. Media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam komunikasi politik, baik bagi kandidat, partai politik, maupun pemilih. Penelitian ini menggunakan metode campuran dengan survei terhadap 500 responden dari berbagai wilayah di Indonesia, dilengkapi dengan analisis konten terhadap kampanye politik di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Tingkat partisipasi pemilih yang aktif terlibat dalam diskusi politik online juga terbukti lebih tinggi dibandingkan mereka yang kurang aktif di media sosial. Adapun permasalahan yang ditemukan di lapangan meliputi: 1. Apa saja platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam konteks pemilu? 2. Bagaimana media sosial digunakan untuk mendidik pemilih tentang isu-isu politik, kandidat, dan proses pemilu? 3. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam penggunaan media sosial untuk partisipasi pemilu?. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode ini melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat, terutama di kalangan pemilih muda. Namun, penelitian juga menemukan bahwa informasi yang disebarkan melalui media sosial sering kali tidak terverifikasi, sehingga dapat memengaruhi opini publik secara negatif.

Kata Kunci: Analisis Konten, Facebook, Instagram, Kampanye Politik, Komunikasi Politik, Media Sosial, Partisipasi Masyarakat, Pemilu, Pendidikan Pemilih, Survei, TikTok.

1. PENDAHULUAN

Menurut Rasinski dan Tyler yang dikutip dari buku Dr. Mufti Teori-Teori Politik pengertian partisipasi politik adalah sebagai suatu kegiatan masyarakat yang mampu mempengaruhi keputusan serta kebijakan dalam politik.

Media sosial saat ini bukan hanya menjadi media hiburan tetapi dapat menjadi wadah untuk informasi politik, untuk mengungkapkan pendapat. Namun karena kebebasan dalam mengakses media sosial tersebut sering terjadi perbedaan pendapat dan mengakibatkan saling menyerang antar golongan. Banyaknya jumlah pengguna internet pada generasi Z memberikan pengaruh besar terhadap tanggapan mereka terhadap kampanye para kandidat.

Selain itu, media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mendengar masukan mereka, dan menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan respons yang diterima (Bachri, 2022). Media sosial merupakan salah satu cara untuk menyebarkan berbagai macam informasi, benar atau salah, bohong maupun jujur (Dedikasi Madani et al., 2023). Namun, media sosial juga membawa tantangan, seperti penyebaran informasi palsu atau hoax, yang dapat mempengaruhi persepsi pemilih. (Faradis et al., 2023). Di Indonesia sendiri berita bohong (hoax) sangat berpengaruh dan difungsikan untuk mempengaruhi suara dari mayoritas kelompok tertentu, oleh karena itu sangat dibutuhkan peran seluruh lapisan masyarakat untuk menangkal berita bohong (hoax) sekaligus membangkitkan kesadaran masyarakat tentang bahayanya (Gustrinanda & Tanjung, 2023).

Harapan dari hasil literasi digital, remaja dapat menyangkal berita hoax dan memberikan berita yang dapat dipercaya kepada masyarakat menjelang pemilu 2024 mendatang (Beta et al., 2022). Jika pemilih pemula tidak memiliki wawasan mendalam tentang politik, mereka berisiko mudah untuk dipengaruhi (Oktama Andriyendi & Fitria Dewi, 2023).

Penelitian yang berkaitan dengan topik ini pernah dilakukan oleh Suntra Yanti, Ilham Hudi, Tary Asmawati, Amelia Putri, Widya Pira Astuti, Rahmi Hilatul Hayat, M. Zikri Aryandi, Zulpardi yang berjudul “Analisis Peran dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024”. Hasil dari penelitian tersebut adalah perkembangan teknologi khususnya media sosial telah mengubah paradigma komunikasi politik di era modern. Secara umum, salah satu dampak positif media sosial yaitu menjadi wadah yang memiliki skala luas untuk mengajak masyarakat menilai seberapa layak calon-calon dalam pemilu untuk dipilih, sehingga sebelum kampanye pun, kita sebagai pemilih bisa mengukur siapa yang akan kita pilih nantinya.

Penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Peran dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024” ditulis pada tahun yang sama yaitu pada tahun 2024. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peran dan etika masyarakat dalam media sosial

di pemilihan umum 2024. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat ditemukan cara-cara untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat, terutama di kalangan pemilih muda, melalui penggunaan media sosial. Dan juga dapat memberikan rekomendasi tentang bagaimana mengelola informasi dan disinformasi di media sosial, sehingga pemilih dapat membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang akurat.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuesioner untuk mengumpulkan data mengenai dampak media sosial terhadap partisipasi masyarakat dalam Pemilu 2024 di Indonesia. Kuesioner dipilih sebagai alat pengumpulan data karena memungkinkan peneliti untuk mengukur sikap, pendapat, dan perilaku responden secara sistematis dan terstruktur.

3. ISI DAN PEMBAHASAN

Pemilihan umum disingkat "pemilu" adalah suatu proses demokratis di mana warga memilih wakil mereka untuk pemerintahan atau lembaga publik lainnya. Secara umum, pemilihan umum dilakukan dengan memilih calon atau partai tertentu yang dianggap memiliki program atau visi yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilihan umum dilaksanakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka, bebas, rahasia, jujur, dan adil terhadap anggota DPR, presiden, dan wakil presiden, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Fahrudin & Billah, 2024).

Menurut Tasençe (2015) dalam *The electoral campaign through Social Media*, penggunaan media sosial dalam kampanye pemilu mendapatkan banyak perhatian. Dalam konteks era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi alat utama dalam kampanye politik modern (Fahruji & Fahrudin, 2023).

Menurut Pradana (2017) menjelaskan bahwa media sosial tidak akan bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antar manusia pada era saat ini. Selain itu, Ratnamulyani dan Basuki (2018) menjelaskan bahwa media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa penggunaannya untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang tepat.

Media sosial dan situs Internet memiliki peran dalam kampanye pemilihan umum sebagai penyedia informasi politik. Media baru juga memungkinkan setiap individu menyampaikan sikap maupun dukungan politik secara terbuka. Hal ini mengindikasikan media baru khususnya media sosial mempengaruhi pencarian informasi politik dan keyakinan untuk ikut serta dalam pemilu (Adinugroho, Prisanto, Irwansyah & Ernungtyas, 2018).

Aktivitas kandidat yang ditampilkan di media sosial dapat mempengaruhi elektabilitas karena masyarakat mengamatinya melalui media sosial. Di sisi lain, media sosial dapat mendorong partisipasi politik dengan membaca berita ataupun ulasan terkait kandidat tertentu (Salman, Yusoff, Salleh & Abdullah, 2018).

Penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan mendekatnya Pemilu 2024. Pemilu 2024 diharapkan akan menjadi ajang kompetisi politik yang sengit, di mana para kandidat dan partai politik akan berlomba-lomba untuk mendapatkan dukungan dari pemilih. Dalam menghadapi tantangan ini, penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik dapat memiliki potensi yang signifikan. Media sosial memiliki kemampuan untuk mencapai khalayak yang luas, berinteraksi secara langsung dengan pemilih, dan menyajikan konten kampanye secara kreatif dan menarik (Moekahar, Ayuningtyas & Hardianti, 2022).

Namun ternyata upaya maksimal yang telah dilakukan para politisi dengan menggunakan media sosial demi mendapatkan perhatian pemilih pemula, tidak akan berjalan sempurna jika generasi muda sudah lebih dulu bersikap apatis dan tidak peduli pada dunia politik. Media sosial memberikan keleluasaan penuh kepada setiap warga negara untuk mengaktualisasikan partisipasinya. Peran media sosial dalam dunia politik yang pertama adalah sebagai media kampanye. Media sosial yang biasanya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dan berkomunikasi dengan teman dan kerabat dekat, kini mulai merambah pada komunikasi antara individu dengan institusi. Media sosial dipandang sebagai suatu alat untuk berinteraksi yang efektif oleh partai politik dan kandidatnya, termasuk untuk mempromosikan produk atau kampanye mereka. Salah satu keunggulan berkampanye menggunakan media sosial adalah biaya kampanye yang jauh lebih murah. Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan kepada para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat politisi, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah. Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa menjadi multi arah, seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat, atau antar pemilih. Adanya media sosial dapat berperan penting untuk mendongkrak suara secara signifikan bahkan membentuk opini. Munculnya opini, berhasil membentuk kekuatan masing-masing calon. Keberadaan kampanye

bisa memunculkan secara cepat hal-hal yang berkaitan dengan pergerakan partai politik. Banyaknya pernyataan bisa ikut memengaruhi calon pemilih dalam menentukan siapa yang harus dipilih. Kedua, media sosial berperan penting dalam pengembangan politik masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Kehadiran media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat termasuk mahasiswa sebagai bagian dari kehidupan sosial politik harusnya dapat dimaksimalkan dengan baik. Namun, adanya berita-berita tidak sesuai fakta dan hal-hal negatif lewat media sosial bisa mempengaruhi bagaimana melek politik mahasiswa menjadi tidak maksimal. Peran media sosial yang ketiga adalah meningkatkan partisipasi pemilih, khususnya pemilih pemula. Media sosial yang dijadikan sebagai strategi komunikasi politik merupakan relatif baru dan menjadi fenomena hangat hingga kini (Munzir, Asmawi & Zetra, 2019).

Meskipun media sosial memberikan pengaruh yang besar sebagai alat kampanye politik, kampanye dapat dikatakan berhasil dengan baik jika dapat memadukan kampanye versi online dan offline. Karena kampanye yang hanya fokus pada media sosial dan internet memiliki kemungkinan tidak akan berjalan secara efektif. Penggunaan media sosial tidak hanya sebagai sarana untuk mempererat silaturahmi, namun juga untuk membahas isu-isu politik, kebijakan pemerintah, dan perilaku para tokoh publik. Media sosial sebaiknya dimanfaatkan dengan baik sebagai sarana komunikasi, atau untuk mempromosikan diri, melakukan sosialisasi, termasuk promosi partai politik dalam membangun citra positif suatu partai. Pemanfaatan media sosial yang efektif dalam berpolitik biasanya akan tampak saat akan diselenggarakannya pemilu untuk kepentingan kampanye politik (Ardha, 2014).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang paling cepat, tepat, dan murah. Bahkan berita di televisi maupun surat kabar yang beredar pun tak jarang mendapatkan informasi lewat media sosial. Dunia politik Indonesia tidak akan pernah lepas dari berbagai pujian, saran, maupun kritik pedas dari seluruh elemen masyarakat Indonesia termasuk pengguna internet (netizen). Kuatnya peran media sosial dalam dunia politik untuk mendapatkan atensi masyarakat lewat kampanye, membantu generasi muda untuk melek politik, dan meningkatkan partisipasi pemilih pemula tidak dapat dihindari. Oleh sebab itu, siapapun yang akan masuk ke dalam dunia politik, perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial (Munzir, Asmawi & Zetra, 2019).

Setelah melakukan berbagai wawancara secara online bersama teman dan keluarga bahwa media sosial dapat menjadi acuan yang dapat mempermudah akses informasi, tidak hanya itu media sosial juga dapat membantu para penggunanya mengetahui dan menyebarkan berita secara berkala.

Namun bukan tidak mungkin apa bila media sosial akan menjadi pengaruh yang negatif apabila di pergunakan dengan cara yang salah, menggunakan media sosial dengan bijak, dan menyortir berita agar tidak terjatuh pada hoax adalah salah satu bagaimana kita dapat menggunakan media sosial dengan baik.

Media sosial dapat memudahkan bagaimana kita dapat berinteraksi secara transparan selama pemilu berlangsung, media sosial seperti Twitter (X), instagram, tiktok dan masih banyak platform lain, platform ini memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda beda, dengan menyebarnya berita lewat banyak platform maka akan muncul semakin banyak berita palsu yang dapat membuat perpecahan antar kubu dalam pemilu, oleh karena itu di butuhkan pemikiran yang kritis serta selektif dalam membaca dan menanggapi berita.

4. SIMPULAN

Dapat kita simpulkan bahwa media sosial dapat menjadi acuan yang dapat memudahkan akses informasi dan dapat mempermudah kita berinteraksi langsung secara transparan selama pemilu berlangsung.

Beberapa media sosial juga dapat membantu serta dapat digunakan sebagai penyebar informasi yang akurat apabila dipergunakan sebaik-baiknya. Sayangnya masih banyak yang menyalahgunakan media sosial sehingga dianggap menjadi platform yang negatif, tentunya dengan pemikiran yang selektif dan kritis dalam menanggapi berita para pengguna media sosial dapat menjadikan kembali media sosial menjadi platform yang positif.

Dengan menggunakan media sosial juga dapat menjadi akses yang sangat membantu dalam pemilu, dengan harapan bahwa Indonesia akan mencapai Indonesia Emas 2045 apabila kita memperbaiki kehidupan dari hal yang paling kecil yaitu bermain media sosial dengan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, B., Prisanto, G. F., Irwansyah., & Ernungtyas, N. F. (2018). Media sosial dan internet dalam ketelibatan informasi politik dan pemilihan umum. *Jurnal Representamen*, 5(2), 80.
- Ardha, B. (2014). Social media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Bachri, S. (2022). Peran badan pengawas pemilu dalam upaya pencegahan dan penyelesaian sengketa hasil pemilu di Mahkamah Konstitusi. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*.

- Beta, A. R., Syobah, S. N., Tahir, M., Syahab, A., & Amin, A. (2022). Literasi digital pada remaja dalam upaya menangkal informasi hoax jelang pemilu 2024. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*.
- Fahrudin, A., & Billah, S. A. (2024). Modeling manajemen informasi dan verifikasi berita menjelang pemilu dan pemilihan 2024: Sebuah studi preliminary tentang upaya mencegah black campaign. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 212–232. <https://doi.org/10.46874/tkp.v4i2.672>
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118.
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media sosial dan persepsi publik: Analisis strategi kampanye digital calon presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Gustrinanda, R., & Tanjung, T. (2023). Pengaruh berita hoax terhadap kepercayaan masyarakat dalam pemilu di Indonesia. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*.
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social media political campaign model of local elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i2.41680>
- Munzir, A. A., Asmawi., & Zetra, A. (2019). Beragam peran media sosial dalam dunia politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 7(2), 175–181. <http://dx.doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.2691>
- Oktama Andriyendi, D., & Fitria Dewi, S. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*.
- Pradana, Y. (2017). Peranan media sosial dalam pengembangan melek politik mahasiswa. *Jurnal Civics*, 14(2), 139–144.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, I., Beddy. (2018). Peran media sosial dalam peningkatan partisipasi pemilih pemula di kalangan pelajar di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Salman, A., Yusoff, M. A., Salleh, M. A. M., & Abdullah, M. Y. H. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 3(1), 51–63.
- Tasente, T. (2015). The electoral campaign through social media. Case study – 2014 presidential elections in Romania. *Sfera Politicii*, XXIII(183/1), 92–104.