
Pengaruh Media Sosial dalam Kampanye Politik terhadap Hasil Pemilu

Tony Tan¹⁾ | Alex²⁾ | Nurlaila³⁾ | Shalsabila Nurlani Gultom⁴⁾ | Cindy⁵⁾ | Calvin Tan⁶⁾ | Carren Valencia⁷⁾ | Darrane Ronaldo⁸⁾ | Dinda Tri Ninta Ginting⁹⁾ | Fariz Hassan Maulana¹⁰⁾ | Gabriella¹¹⁾ | Glow Al Islami¹²⁾ | Jennifer Aurelia¹³⁾ | Jeny¹⁴⁾ | Michael Alexander¹⁵⁾ | Sherryne¹⁶⁾ | Steven Wong¹⁷⁾ | Thresdianto¹⁸⁾ | Vincent Wijaya¹⁹⁾

Universitas Internasional Batam

tony@uib.ac.id | 2141110.alex@uib.edu | 2341273.nurlaila@uib.edu | 2331056.shalsabila@uib.edu | 2351050.cindy@uib.edu | 2331206.calvin@uib.edu | 2342044.carren@uib.edu | 2332055.darren@uib.edu | 2341113.dinda@uib.edu | 2351085.fariz@uib.edu | 2341111.gabriella@uib.edu | 2346032.glow@uib.edu | 2342096.jennifer@uib.edu | 2342050.jeny@uib.edu | 2341369.michael@uib.edu | 2342046.sherryne@uib.edu | 2331203.steven@uib.edu | 2341198.thresdianto@uib.edu | 2341366.vincent@uib.edu

Abstrak: Pemilihan umum (Pemilu) merupakan mekanisme esensial dalam mewujudkan kedaulatan rakyat, memungkinkan masyarakat untuk memilih wakil mereka secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Perkembangan teknologi, khususnya media sosial, telah mengubah dinamika kampanye politik di Indonesia. Penelitian ini mengkaji pengaruh media sosial terhadap hasil pemilu, dengan fokus pada Generasi Z sebagai kelompok pemilih yang signifikan. Media sosial, dengan karakteristiknya yang interaktif dan luas, memungkinkan penyebaran pesan politik yang lebih efektif dan cepat, serta mendorong partisipasi politik yang lebih besar di kalangan pemilih muda. Namun, selain manfaat tersebut, media sosial juga menghadirkan tantangan serius, seperti penyebaran misinformasi, polarisasi politik, dan potensi manipulasi melalui penargetan iklan yang spesifik. Studi ini menemukan bahwa media sosial memainkan peran yang semakin krusial dalam kampanye politik, mempengaruhi perilaku dan keputusan pemilih. Meski demikian, untuk meminimalisir dampak negatifnya, diperlukan upaya peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat serta regulasi yang ketat dalam penggunaan data pribadi dan penyebaran informasi politik. Kesimpulannya, meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung proses demokrasi, pengelolaan yang tepat sangat penting untuk menjaga integritas dan kualitas pemilu di Indonesia.

Kata Kunci: dampak; media sosial; kampanye politik; pemantauan; pemilu

Pendahuluan

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan sarana penting dalam pelaksanaan kedaulatan rakyat, di mana masyarakat memilih perwakilan mereka dalam pemerintahan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilu di Indonesia dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip yang tertuang dalam Pancasila dan Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Agar pemilu dapat berjalan sesuai dengan ketentuan tersebut, diperlukan pengawasan yang cermat dan menyeluruh terhadap setiap tahapan proses pemilu (Zempi et al., 2023).

Salah satu kelompok yang memiliki peran penting dalam pengawasan pemilu adalah Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) (Dwitama et al., 2022). Bawaslu bertugas mengawasi jalannya pemilu secara resmi dan memastikan proses pemilu berlangsung sesuai dengan aturan yang berlaku (Nasution et al., 2023). Selain pengawasan resmi oleh Bawaslu, pengawasan juga dilakukan oleh kelompok masyarakat lainnya, termasuk mahasiswa. Contohnya adalah keterlibatan mahasiswa dari Universitas

Internasional Batam dalam kegiatan pemantau pemilu (Subekti, 2022). Partisipasi mahasiswa ini bukan hanya sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

Tetapi juga sebagai bagian dari pendidikan politik yang dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik di kalangan generasi muda (Riyanti et al., 2023).

Generasi Z atau Gen Z, menjadi kelompok pemilih yang semakin signifikan dalam pemilu. Mereka adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, yang sering disebut sebagai I-Generation atau generasi internet (Simamora et al., 2024). Gen Z tumbuh dalam era di mana teknologi dan internet menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari – hari (Farid, 2023). Dengan kemajuan teknologi, Gen Z memiliki akses yang luas terhadap informasi dan berpartisipasi aktif dalam diskusi publik, termasuk dalam pemilu. Media sosial menjadi platform utama bagi mereka untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bahkan berpartisipasi dalam kampanye politik (Fahruji & Fahrudin, 2023).

Selain sebagai subjek dalam pendidikan politik, perguruan tinggi dipilih oleh Bawaslu karena peran strategisnya dalam kehidupan masyarakat (Hayat et al., 2021). Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai pusat pengajaran dan penelitian, tetapi juga sebagai ujung tombak dalam pengabdian kepada masyarakat. Melalui pengabdian ini, perguruan tinggi berkontribusi dalam menyebarkan pengetahuan dan membangun nilai – nilai luhur peradaban bangsa.

Dalam konteks pemilu, kampanye politik dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dan kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pada pemilihan umum (Wartoyo & Ginting, 2024). Kampanye politik di negara demokratis merupakan bagian integral dari kompetisi untuk mendapatkan suara rakyat (Hutabarat, 2024). Kampanye ini dilakukan dalam batas waktu yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI). Kampanye politik tidak hanya menjadi sarana untuk menarik suara, tetapi juga kampanye politik merepresentasikan bahwa kebebasan berpendapat, berserikat dan berkelompok merupakan hak setiap warga negara tanpa terkecuali (Simanjutak et al., 2024). Selain itu, kampanye politik juga menjadi bagian tidak terpisahkan dalam proses politik itu sendiri dalam mencapai tujuan berbangsa dan bernegara.

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi platform utama dalam kampanye politik (Weninggalih & Fuady, 2021). Media sosial yang memiliki arti sebagai media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial, forum dan dunia virtual, yang menjadikannya alat efektif untuk menyebarluaskan pesan politik. Media sosial mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, yang sangat efektif dalam kampanye politik modern (Putricia et al., 2024).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa peran media sosial dalam kampanye politik telah menjadi semakin signifikan, terutama dalam menjangkau pemilih muda seperti Generasi Z. Dengan adanya keterlibatan kelompok – kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa dan peran strategis perguruan tinggi dalam pemantauan pemilu dan pendidikan politik, pemilu di Indonesia dapat lebih dioptimalkan dalam rangka mewujudkan pelaksanaan kedaulatan rakyat yang sesuai dengan prinsip – prinsip demokrasi. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana media sosial digunakan dalam kampanye politik serta dampaknya terhadap proses dan hasil pemilu di Indonesia.

Realisasi Kegiatan

Kegiatan pemantau pemilu ini dilaksanakan di TPS Nomor 012 Fasum Blok H Citra Pendawa Asri, Kelurahan Buliang, pada hari Rabu, 14 Februari 2024 pukul 10:00 sampai selesai. Metode yang digunakan dalam pemantauan pemilu adalah sebagai berikut : 1) Memastikan sarana dan prasarana sudah siap, termasuk pengaturan tempat, alat administrasi, dan kotak suara, 2) Melakukan pemantauan persiapan sebelum penghitungan suara, 3) Memantau perhitungan jumlah pemilih, surat suara, serta administrasi terkait.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan memperhatikan kronologi aktifitas di setiap tahapan pemilu yang relevan dengan subyek, selain itu penelitian ini dilakukan dengan mendayagunakan data primer yang juga didapatkan dari aktivitas partisipatoris dan dapat juga dikategorikan sebagai action research (McIntyre, 2008) di mana tim penulis terlibat mengupayakan pelibatan masyarakat di dalam pemantauan pemilu partisipatif ini. Metode ini penting dalam

memastikan bahwa semua tahapan pemilu dilakukan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan meminimalkan potensi kecurangan atau kesalahan.



Gambar 1.

Masyarakat menunggu giliran untuk nyoblos



Gambar 2.

Pemantauan proses pemungutan suara pada saat Pemilu

Hasil

Medial sosial merupakan platform daring yang mendukung interaksi sosial. Media ini memanfaatkan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs medial sosial yang saat ini populer antara lain adalah Tiktok, Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai fasilitator online yang memperkuat hubungan antar pengguna serta membentuk ikatan sosial.

Kegiatan politik yang memerlukan jalur komunikasi politik, terutama menjelang perhelatan politik atau pemilihan umum, sering disebut sebagai kampanye (Noorikhshan et al., 2023). Kampanye ini adalah aktivitas politik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat luas. Dalam konteks pemilihan umum, kampanye bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik mengenai rencana dan program yang akan dilaksanakan jika terpilih, dengan harapan memperoleh dukungan dalam pemilihan mendatang. Pada intinya, semua bentuk kampanye bertujuan untuk mendapatkan dukungan guna mencapai kemenangan yang pada akhirnya bermuara pada perolehan kekuasaan.

Kampanye dalam konteks pemilihan umum pada dasarnya adalah proses komunikasi politik, yakni segala bentuk aktivitas komunikasi yang terkait dengan isu – isu politik untuk meraih kemenangan. Komunikasi politik ini sangat krusial bagi para kandidat (Meifilina, 2021). Jika para kontestan mengabaikan komunikasi politik, peluang mereka untuk memenangkan pemilihan umum akan berkurang. Oleh karena itu, proses komunikasi politik harus ditargetkan kepada semua pihak yang memiliki potensi untuk mendukung kemenangan dalam pemilu. Keberhasilan kampanye pemilihan umum ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk penggunaan saluran komunikasi politik yang efektif. Saat ini, salah satu sarana yang paling sering digunakan oleh para kandidat dalam pemilihan umum adalah media sosial, yang digunakan untuk memperkenalkan diri serta menyebarkan pesan-pesan politik mereka.

Penggunaan internet telah menghasilkan bentuk demokrasi baru yang dikenal sebagai demokrasi digital. Demokrasi digital adalah upaya untuk mempraktikkan demokrasi tanpa batasan waktu, ruang, dan kondisi fisik lainnya, dengan menggunakan teknologi informasi sebagai pengganti atau pelengkap dari praktik politik yang tradisional. Bentuk praktik demokrasi digital melibatkan penggunaan media digital untuk berkomunikasi baik secara daring maupun luring. Perbedaan antara online dan offline

perlu diperhatikan karena aktivitas politik tidak hanya terjadi di dunia maya tetapi juga harus memberikan dampak nyata di dunia fisik.

Teknologi media baru telah menjadi sarana komunikasi yang sangat penting bagi revolusi demokrasi kontemporer. Penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas dan penyebaran informasi yang cepat melalui media sosial baru telah memfasilitasi penyaluran opini dan penyebaran ide, sehingga meningkatkan kemampuan warga negara untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah. Dengan perkembangan teknologi, muncul media baru yang dikenal sebagai media sosial, seperti Facebook dan YouTube. Kemudahan berinteraksi melalui fitur-fitur interaktif di media sosial dimanfaatkan oleh warga negara untuk berpartisipasi dalam politik, seperti berdiskusi, bermusyawarah, memberikan opini dan kritik sebagai bentuk pengawasan terhadap rezim yang berkuasa, serta menggunakan media sosial sebagai salah satu alat kampanye pemilu.

Penelitian oleh Viani mengungkap bahwa partisipan menganggap internet sebagai sarana potensial untuk memperoleh informasi berguna dan memahami pandangan orang lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian Coleman, Morisson, dan Svennevig yang menunjukkan bahwa internet mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu – isu politik, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan politik. Ada tiga komponen yang mempengaruhi pemahaman dan pengetahuan politik hingga terbentuknya sikap politik seseorang. Ketiga komponen tersebut menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan media sosial dan peningkatan pengetahuan politik masyarakat, yaitu intensitas penggunaan, jenis informasi yang diperoleh, dan ketertarikan dalam partisipasi politik.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Indiana University membandingkan penggunaan media sosial dalam partisipasi politik di lima negara Asia (Indonesia, Taiwan, Cina, Thailand, dan Jepang) selama lima tahun. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki proporsi tertinggi pengguna jejaring sosial yang memanfaatkan media sosial untuk memperoleh berita (71,6%). Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan Cina yang berada di peringkat kedua (68,3%), diikuti oleh Jepang (64,4%), Thailand (61,2%), dan Taiwan (55,7%).

Berdasarkan penelitian tersebut, media sosial sebagai salah satu saluran utama pembelajaran politik memainkan peran penting dalam memfasilitasi partisipasi politik. Namun, temuan dari beberapa peneliti menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi yang kompleks dalam hal informasi dan pengetahuan politik. Pertama, ada gagasan media malaise thesis yang menyatakan bahwa rendahnya kualitas informasi yang disediakan oleh media sosial dapat mengurangi pengetahuan dan minat politik masyarakat, yang pada akhirnya mempengaruhi partisipasi. Kedua, ada gagasan virtuous circle thesis yang menyatakan bahwa paparan media meningkatkan pengetahuan politik. Ketiga, ada gagasan yang menunjukkan bahwa beberapa media memiliki efek positif sementara yang lain memiliki efek negatif pada pengetahuan politik.

Dalam konteks politik, para peneliti dapat membahas peran media sosial dalam pembentukan partisipasi politik (seperti feedback, opini, saran, kritik) serta peran media sosial dalam membangun pengetahuan, opini, diskusi, dan komunitas politik.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik memiliki dampak positif terhadap partisipasi politik. Individu yang aktif di media sosial cenderung lebih terlibat dalam diskusi politik, berbagi informasi politik, dan berpartisipasi dalam pemilihan. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pendapat politik, mendukung kandidat, dan berinteraksi dengan orang lain yang memiliki minat politik serupa. Dengan demikian, media sosial menyediakan platform yang memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas dan aksesibilitas yang lebih tinggi bagi masyarakat.

Penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga berdampak signifikan pada persepsi publik terhadap isu-isu politik dan kandidat. Media sosial berfungsi sebagai saluran penting untuk menyebarkan pesan politik yang dapat dengan cepat menyebar dan mempengaruhi opini masyarakat. Publik mengakses informasi politik melalui media sosial, termasuk berita, postingan, dan komentar dari pengguna lain. Persepsi publik dibentuk melalui interaksi dengan berbagai pandangan politik yang disajikan di media sosial. Dengan demikian, media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan opini publik dan berkontribusi pada dinamika politik dalam masyarakat.

Salah satu keuntungan penggunaan media sosial dalam kampanye politik adalah kemampuannya untuk memfasilitasi komunikasi dua arah antara kandidat politik dan pemilih. Media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, menerima masukan dari masyarakat, serta merespons pertanyaan atau kekhawatiran yang diajukan oleh pemilih. Hal ini dapat memperkuat hubungan antara kandidat dan pemilih, meningkatkan kepercayaan publik, dan mendorong partisipasi politik yang lebih aktif.

Peran media sosial sebagai platform komunikasi politik bukanlah fenomenal baru, terutama di negara dengan tingkat literasi dan kesadaran politik yang tinggi. Contoh nyata dari hal ini adalah penggunaan tagar atau hashtag seperti "Make America Great Again" dan "I Am with Her" selama kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat 2016, yang menunjukkan bagaimana media sosial berbasis online menjadi alat penting dalam komunikasi politik dan kampanye (Permadi et al., 2024). Sebaliknya, tagar negatif seperti "Lock Her Up," "Delete Your Account," "Never Trump," dan "Crooked Hillary" juga muncul dalam konteks yang sama.

Di Indonesia, penggunaan hashtag serupa juga telah banyak terlihat dalam pemilihan kepala daerah. Hashtag digunakan sebagai tema penanda kampanye yang terhubung dengan berbagai platform media sosial, berfungsi sebagai pengingat bagi pemilih saat membuat keputusan mereka. Misalnya, dalam pemilihan gubernur Jawa Barat tahun 2018, beberapa hashtag yang sering muncul meliputi "Jawa Barat Juara," "#PrabowoGibran2024," "2019 Ganti Presiden," dan "AMIN."

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yusran & Sapar (2024) dalam jurnal yang membahas pengaruh media sosial dan perilaku pemilih terhadap partisipasi pemilih dalam Pemilu 2024, ditemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih, dan perilaku pemilih juga mempengaruhi tingkat partisipasi mereka. Untuk meningkatkan partisipasi pemilih, penting bagi kandidat untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial serta meningkatkan pendidikan politik di kalangan masyarakat untuk memperbaiki perilaku pemilih.

Penelitian oleh Putra & Nurcholis (2021), menunjukkan bahwa media sosial dapat mempermudah pemilih pemula dalam mengakses informasi mengenai pasangan calon politik. Kemudahan dalam memperoleh informasi ini berpotensi mengurangi jumlah pemilih yang tidak menggunakan hak suara di masa depan, terutama di kalangan pemilih pemula yang masih memiliki pengetahuan politik terbatas. Namun, meskipun media sosial menyediakan informasi tentang calon-calon politik, pemilih pemula harus tetap berhati-hati dalam menyaring dan mengevaluasi informasi yang diterima, karena tidak semua informasi di media sosial akurat. Banyak pihak yang tidak bertanggung jawab dapat menyebarkan informasi yang penuh kebencian terhadap calon – calon pesaingnya. Oleh karena itu, meskipun media sosial memudahkan akses informasi, ia juga berisiko menjerumuskan individu pada informasi yang kurang valid dan mengandung ujaran kebencian.

Sama halnya dengan kampanye melalui media sosial, pemilih pemula juga terpengaruh oleh aktivitas kampanye yang dilakukan di platform tersebut. Pemilih pemula, yang baru saja mencapai usia pemilih, biasanya belum memiliki wawasan politik yang luas untuk menentukan pilihan mereka. Oleh karena itu, mereka cenderung lebih mudah terpengaruh oleh kampanye di media sosial. Penggunaan media sosial oleh pemilih pemula berperan signifikan dalam mendorong perubahan dalam konteks sosial politik di Indonesia, karena banyak dari mereka mengandalkan media sosial untuk membuat keputusan terkait pemilihan.

Terkait dengan dampak terhadap hasil pemilu, Media sosial telah menjadi faktor yang sangat mempengaruhi hasil pemilu, dengan dampak yang luas dan mendalam pada berbagai aspek politik. Pengaruhnya mencakup peningkatan partisipasi pemilih, pembentukan opini publik, serta tantangan terkait penyebaran informasi.

Salah satu dampak paling signifikan dari media sosial adalah peningkatan partisipasi pemilih. Media sosial mempermudah pemilih, terutama generasi muda dan pemilih pemula, dalam mengakses informasi terkini mengenai kandidat dan isu – isu politik. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan pemilih untuk mendapatkan informasi secara langsung dan cepat tanpa batasan geografis. Dengan kemudahan ini, pemilih lebih mungkin untuk terlibat dalam proses politik, baik melalui partisipasi aktif dalam pemilihan maupun dalam diskusi politik online.

Kampanye yang efektif di media sosial juga memanfaatkan kemampuan platform untuk mengorganisir acara, menyebarkan pesan, dan memobilisasi dukungan secara efisien. Selain itu, media sosial berperan penting dalam pembentukan opini publik. Kandidat dapat menyebarkan pesan mereka dengan cara yang lebih personal dan langsung, menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan dengan media tradisional.

Kampanye yang terencana dengan baik dapat memanfaatkan fitur media sosial untuk menciptakan narasi yang kuat dan menarik perhatian pemilih. Dukungan dari influencer atau tokoh terkenal di media sosial juga dapat memperkuat pesan kampanye dan meningkatkan daya tarik kandidat di mata pemilih. Endorsement ini sering kali mempengaruhi keputusan pemilih, karena banyak orang merasa lebih percaya pada rekomendasi dari figur publik yang mereka kagumi.

Namun, meskipun media sosial membawa banyak manfaat, ia juga menimbulkan tantangan besar. Salah satunya adalah fenomena "echo chamber" di mana pemilih hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Ini dapat memperkuat sikap yang sudah ada dan mengurangi keterbukaan terhadap perspektif yang berbeda. Polarisasi politik semakin meningkat karena paparan informasi yang tersegmentasi, yang dapat memecah belah masyarakat dan mempersulit dialog politik yang konstruktif.

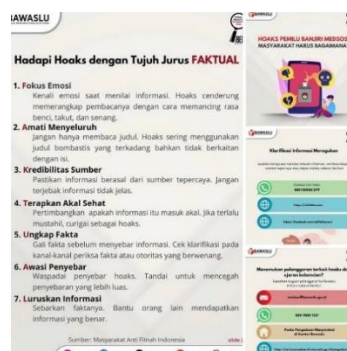
Malsalah lain yang signifikan adalah penyebaran misinformasi dan disinformasi. Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan yang dapat mempengaruhi opini pemilih dengan memberikan gambaran yang tidak akurat tentang kandidat atau isu-isu politik. Misinformasi ini dapat merusak integritas pemilihan dan mengaburkan fakta-fakta penting, sehingga pemilih membuat keputusan berdasarkan informasi yang salah. Selain itu, penargetan iklan politik yang sangat spesifik merupakan salah satu fitur dari media sosial yang dapat meningkatkan efektivitas kampanye.

Dengan menggunakan data demografis, perilaku online, dan minat, kampanye dapat menyesuaikan pesan mereka untuk menjangkau audiens yang paling mungkin mendukung kandidat. Meskipun ini dapat meningkatkan efisiensi kampanye, penargetan yang terlalu tajam juga menimbulkan kekhawatiran mengenai privasi dan potensi manipulasi pemilih. Analisis data dari media sosial memberikan kampanye kemampuan untuk menilai sentimen pemilih dan merespons perubahan dalam opini publik secara real-time. Ini memungkinkan kandidat untuk menyesuaikan strategi mereka dengan cepat dan merespons isu-isu yang muncul selama kampanye. Namun, hal ini juga menuntut penanganan etis dari data yang digunakan dan perhatian terhadap potensi dampak negatif dari manipulasi data.

Secara keseluruhan, media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam politik modern, dengan dampak yang kompleks dan multifaset. Ia memfasilitasi partisipasi politik yang lebih luas, membentuk opini publik, dan menghadirkan tantangan terkait penyebaran informasi. Memahami dan mengelola dampak media sosial secara efektif adalah kunci untuk memastikan bahwa platform ini berfungsi sebagai alat yang positif dan konstruktif dalam proses demokrasi.



Gambar 3. Poster pengingat bagi warga untuk segera mengurus pendaftaran dalam DPT tetap



Gambar 4. Poster cara hadapi Hoaks

Kesimpulan

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kampanye politik dan dampaknya terhadap hasil pemilu. Sebagai platform yang memungkinkan interaksi dan komunikasi yang luas, media sosial telah menjadi alat utama dalam menggerakkan partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda dan pemilih pemula. Dengan kemudahan akses informasi dan kemampuan untuk menyebarkan pesan secara cepat, media sosial memfasilitasi keterlibatan politik yang lebih tinggi dan memberikan kesempatan bagi kandidat untuk membangun hubungan langsung dengan pemilih.

Namun, meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, terdapat juga tantangan signifikan yang perlu diatasi. Fenomena seperti "echo chamber", polarisasi politik, serta penyebaran misinformasi dan disinformasi dapat mengancam integritas proses pemilu. Selain itu, penggunaan data pribadi untuk penargetan iklan politik menimbulkan masalah privasi dan potensi manipulasi.

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis untuk memaksimalkan manfaat media sosial sambil memitigasi dampak negatifnya. Peningkatan literasi digital, terutama dalam mengenali informasi yang salah, serta kolaborasi antara pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat sipil dalam menciptakan regulasi yang mendukung transparansi dan integritas, sangat penting untuk memastikan media sosial dapat berfungsi secara positif dalam proses demokrasi.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami sampaikan kepada para pembaca atas waktu dan perhatiannya. Semoga jurnal ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dan menjadi referensi yang berharga bagi perkembangan studi di bidang politik dan media sosial. Kami berharap penelitian ini dapat memicu diskusi lebih lanjut dan mendorong upaya bersama untuk memaksimalkan peran positif media sosial dalam demokrasi.

Daftar Pustaka

- Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., & Gunanto, D. (2022). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(1), 53–66. <https://doi.org/10.24853/independen.3.1.53-66>
- Fahrudi, 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), 118–132. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>
- Farid, A. salman. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik. *QAULAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45–50. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1223>
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(01), 104–114. <https://core.ac.uk/download/pdf/492766868.pdf>
- Hutabarat, J. M. (2024). Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini. *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi*, 2(1), 204–214. <https://doi.org/10.59581/jpat-widyakarya.v2i1.2318>
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110. <https://repository.unisbablitar.ac.id/id/eprint/9/1>
- Nasution, A. I., Azaria, D. P., Alfarissa, T., Abidin, F. R. M., & Fauzan, M. (2023). Peningkatan Peran Bawaslu Republik Indonesia Dalam Mengawasi Kampanye Hitam Di Media Sosial Pada Pemilu Serentak 2024. *Jurnal Civic Hukum*, 8(2), 173–190. <https://doi.org/10.22219/jch.v8i2.27700>
- Noorikhsan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95–109. <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>
- Permadi, D., Suparto, D., & Bisri, A. Z. (2024). Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 10(1), 45–55. <https://doi.org/10.30997/jk.v10i1.12507>
- Putra, T. R., & Nurcholish, A. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada

-
- Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222. <https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>
- Putricia, N. D., Febriyanti, A. I., Puteri, N. D., Syukriya, A. R., & Puspita, A. M. I. (2024). Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(2), 74–82. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/1490>
- Riyanti, R., Luthfi, A., & Rohana, D. (2023). Peran Generasi Muda dalam Pendidikan Politik untuk Meningkatkan Partisipasi Politik. *Themis: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 26–31. <https://doi.org/10.37985/themis.v1i1.330>
- Simamora, I. Y., Nasution, A. A. M., Novita, D. D., Syahira, Z., Nazwa, W. S., & Siregar, R. A. (2024). Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5918–5922. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13306>
- Simanjutak, R. S. R., Raya, R. R., & Al Birra, R. (2024). Analisis Pengaruh Partai Politik Terhadap Pembangunan Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(3), 269–288. <https://doi.org/10.61722/jipm.v2i3.117>
- Subekti, A. (2022). *Kewenangan Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU) Kabupaten/Kota Menyelesaikan Sengketa Proses Pemilu Dalam Rangka Mewujudkan Keadilan PEMILU*. Universitas Borneo Tarakan.
- Wartoyo, F. X., & Ginting, Y. P. (2024). Sosialisasi Generasi Z Dalam Partisipasi Pemilu 2024. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(2), 132–143. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i02.963>
- Weninggalih, L., & Fuady, M. E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 22–32. <https://doi.org/10.29313/v0i0.7106>
- Yusran, I. I., & Sapar, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara). *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 187–203. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i2.1664>
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>