



Media dan Politik

¹Rafiqah Syahidah Ritonga

¹Syekh Ali Hasan Ahmad Addary State Islamic University, Padangsidempuan, Indonesia
rapiqasyahidah@gmail.com

ABSTRACT

The relationship between media and politics is often faced with various problems that influence the dynamics of information, public opinion and the political process itself. The media is often criticized for having political biases that can influence the way news is presented and opinions are conveyed to the public. The media sometimes tends to prioritize entertainment aspects or sensational content rather than providing in-depth and balanced coverage of complex political issues. Media, especially social media, often becomes a forum for spreading false information or hoaxes, which can influence people's understanding of political issues and trigger information uncertainty. There is debate about ethics in reporting, especially regarding privacy, how images or recordings are taken, and how the media reports certain situations. Understanding these issues is important to help increase public media literacy, encourage transparency in reporting, and promote reliable and balanced sources of information to support a healthy political process. Mass media is not only a channel of information, but also plays a role in shaping public opinion and the political process. By understanding the complexity of the relationship between media and politics and the challenges they face, it is important to continue to fight for transparency, integrity and pluralism in political information conveyed to the public. This is an important foundation in supporting a healthy political process and better public participation in political life.

Keywords: *Political Communication, Media, Politics*

ABSTRAK

Hubungan antara media dan politik sering kali dihadapkan pada berbagai masalah yang memengaruhi dinamika informasi, opini publik, dan proses politik itu sendiri. Media sering kali dikritik karena memiliki bias politik yang dapat memengaruhi cara penyajian berita dan opini yang disampaikan kepada masyarakat. Media kadang-kadang lebih cenderung mengutamakan aspek hiburan atau konten yang sensasional daripada memberikan liputan yang mendalam dan berimbang terhadap isu politik yang kompleks. Media, terutama media sosial, sering menjadi wadah penyebaran informasi palsu atau hoaks, yang dapat memengaruhi pemahaman masyarakat tentang isu politik dan memicu ketidakpastian informasi. Ada perdebatan mengenai etika dalam pemberitaan, terutama terkait dengan privasi, cara pengambilan gambar atau rekaman, dan bagaimana media melaporkan situasi tertentu. Pemahaman akan masalah-masalah ini penting untuk membantu meningkatkan literasi media masyarakat, mendorong transparansi dalam pemberitaan, dan mempromosikan sumber informasi yang dapat dipercaya serta berimbang untuk mendukung proses politik yang sehat. Media massa tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk opini publik dan proses politik. Dengan memahami kompleksitas hubungan antara media dan politik serta tantangan yang dihadapi, penting untuk terus memperjuangkan transparansi, integritas, dan pluralisme dalam informasi politik yang disampaikan kepada masyarakat. Ini menjadi landasan penting dalam mendukung proses politik yang sehat dan partisipasi masyarakat yang lebih baik dalam kehidupan politik.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Media, Politik

Pendahuluan

Media informasi dan komunikasi terus berkembang dengan pesat. Sekarang ini siapapun dapat berkomunikasi kapanpun dan di manapun. Informasi-informasi berseliweran begitu cepatnya. Peristiwa-peristiwa yang terjadi di belahan bumi manapun dapat segera diketahui. Dalam hitungan detik informasi dan peristiwa yang terjadi dapat disaksikan oleh penduduk bumi. Dunia yang dikatakan luas dan lebar dilipat menjadi global village (desa global) yang terbuka untuk semua akibat kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi. Benar kata futurolog Alvin Toffler sebagaimana dikutip Marwah Daud Ibarahim (1994), bahwa manusia sekarang ini memasuki gelombang ketiga yang ditandai dengan era kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang mencengangkan dunia. Ini menandai berkembangnya generasi millennial zaman now yang akrab dengan media informasi. Mulai dari teknologi informasi berupa telephone, terus handphone, dan sekarang melompat ke smartphone (telepon pintar). Inilah era digital yang semua informasi dunia dapat diakses langsung dengan cara di-klik dengan jari di depan komputer. Sehingga sekarang ini mengakses internet untuk mencari dan mendapatkan informasi. menjadi kebutuhan utama. Tak ketinggalan penduduk Indonesia, ternyata merupakan pengguna akses internet yang tinggi dibandingkan dengan negaranegara lainnya di dunia. Berdasarkan laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, bahwa tercatat ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia, dan hampir setengahnya adalah penggil media sosial, atau berkisar di angka 40%.

Kemudian terdapat data lain yang diungkap oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil surveinya, bahwa ada tiga (3) media sosial yang paling banyak dikunjungi. Menurut survei tersebut, Facebook berada di posisi pertama sebagai media sosial yang paling banyak menyedot pengguna internet Indonesia, dengan 71,6 juta pengguna (54 persen).

Kemudian di tempat kedua, media sosial untuk berbagi foto dan video pendek Instagram berhasil merebut hati para pengguna internet Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 19,9 juta (15 persen). Media sosial berikutnya yang paling banyak dikunjungi pengguna internet. Politik adalah kajian tentang kekuasaan (power) atau seni memerintah. Dibahas dan didiskusikan berbagai pendapat tentang definisi politik, antara lain Harold D Laswell dalam bukunya “Who gets what, when, and how”, ilmu politik adalah ilmu tentang kekuasaan. G.E.G Catlin mengatakan politik adalah “Kekuasaan dan pemegang kekuasaan”, dan Joyce Mitchell mengatakan “Pengambilan keputusan kolektif atau pembuatan kebijakan umum untuk masyarakat seluruhnya”, Di dalam Kamus Analisa Politik, Jack Plano dkk mendefinisikan politik sebagai “Seni memerintah”; “Penggunaan pengaruh, perjuangan kekuasaan, dan persaingan alokasi nilai-nilai dalam masyarakat dan “Proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan , khususnya dalam negara; Seni dan ilmu untuk meraih kekuasaan secara konstitusional maupun nonkonstitusional.

Hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan negara; Kegiatan yang diarahkan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan di masyarakat. Dan Nimmo⁹ mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik sosial. Dalam berbagai hal orang berbeda satu sama lain, yaitu dari sisi jasmani, bakat, emosi, kebutuhan, cita-cita, inisiatif, perilaku, dan sebagainya. Nimmo juga menjelaskan, kadang-kadang perbedaan ini merangsang argumen, perselisihan, dan percekocokan. Jika mereka menganggap perselisihan itu serius, perhatian mereka dengan memperkenalkan masalah yang bertentangan itu, dan selesaikan; inilah kegiatan politik.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode kualitatif, yang dilakukan dengan mengambil referensi data dari buku, jurnal, dan laman berita terpercaya yang berkaitan dengan tema dakwah dan media sosial. Kemudian, membuat pembagian domain menjadi satu dengan menganalisis pola-pola yang ditemukan berdasarkan data lapangan dan membahasnya. Berdasarkan data dan fakta yang berfokus pada masalah dakwah dalam media sosial mengenai peranan dan potensi dakwah dalam media sosial politik Islam di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

A. Media dan Politik

1. Defenisi Media

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunaannya memperoleh serta memberikan informasi secara cepat. Berkat media sosial, Barack Obama memenangkan Pemilu di Amerika Serikat sebanyak dua kali (Suhendra, 2012). Penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye juga dimplementasikan di Indonesia. Menjelang Pemilu, Partai Politik terlihat aktif membuat akun sosial media demi keperluan kampanye (Efriani, 2020). Akun sosial media tersebut memuat konten pengenalan dalam bentuk visi dan misi dengan harapan menarik simpati pemilih. Secara tidak langsung mengharapkan tingkat keaktifan partisipasi politik masyarakat (Priyono, 2014). Partisipasi politik dimaknai sebagai kegiatan perseorangan, organisasi atau grup yang berkontribusi dalam dunia perpolitikan. (Nur & Sukma, 2018). Meningkatnya partisipasi politik mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap politik mengalami peningkatan. Partisipasi Politik menurut Sitepu (Wardhani Nur, 2018) adalah Aktifitas yang dilakukan secara individu maupun kelompok secara tidak langsung mengenai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Disisi lain dapat dipahami bahwa sebuah aktifitas.

Aktifitas tersebut bisa dilakukan secara langsung atau pun tidak langsung, baik dengan memilih calon pemimpin atau mempengaruhi kebijakan yang dibuat oleh pemerintah secara tidak langsung. Definisi Partisipasi politik oleh Verba dan Nie (Putri, 2017) yakni Sebuah kegiatan untuk mempengaruhi pemilihan pemimpin secara langsung oleh individu atau warga negara yang bertujuan untuk kebersamaan dan kemakmuran

masyarakat. Selanjutnya partisipasi Politik menurut Gaventa dan Valderama (Sahid, 2015) menyatakan bahwa partisipasi politik adalah Tindakan-tindakan politik seperti kampanye yang melibatkan oleh individu atau kelompok organisasi biasanya para partai politik dan negara dengan tujuan untuk meningkat partisipasi dalam kegiatan politik. Kemudian pendapat selanjutnya adalah Samuel P. Huntington dan Joam M. Nelson (Budiarjo, 2012) menyatakan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan yang dilakukan warga Negara sebagai individu untuk mempengaruhi proses pembuatan kebijakan oleh pemerintah yang bisa bersifat perseorangan ataupun kelompok.

Komunikasi politik ialah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah, Makna komunikasi politik disini sudah bukan hal yang baru bagi dunia politik ataupun disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi politik disini menurut (Djuyandi, 2017) yaitu sebuah gabungan yang lebih dari dua disiplin ilmu akademik kedalam suatu aktivitas, terutama dalam ada hubungannya yang terkait dengan komunikasi dan politik. Tersedianya komunikasi politik paling sering terjadi di media sosial maupun di media cetak, untuk dari itu media sosial mempunyai peran penting dalam sistem politik dan suksesnya komunikasi politik sangat akan berpengaruh pada pementapan politik.

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan. Anwar arifin ada 4 tujuan dari komunikasi politik. Pertama, membangun dan membentuk citra dan opini publik; kedua, mendorong partisipasi politik; ketiga,

memenangi pemilihan; keempat, mempengaruhi kebijakan negara atau publik. Keempat hal tersebut harus berjalan karena penting demi terciptanya masyarakat yang adil dan sejahtera (Arifin, 2015).

Salah satu tokoh politisi yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan komunikasi politik adalah Ganjar Pranowo. Pentingnya perkembangan teknologi dan media sosial saat ini menjadikan keuntungan untuk menyapa warga atau sebagai fasilitator sebuah aspirasi dari masyarakat. Ganjar Pranowo berpendapat bahwa pemilikan media sosial dilakukan agar pejabat bisa melayani masyarakat dengan maksimal. Sehingga beliau meminta kepada seluruh pejabat maupun Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Magelang, Jawa Tengah untuk memiliki akun media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, WhatApps, Instagram dan media sosial lainnya.

Demikian juga dengan masyarakat . Kini, komunikasi politik telah beralih ke media sosial. Karena media sosial memungkinkan mereka yang menggunakannya untuk berinteraksi secara virtual dengan orang lain tanpa memandang jarak, ruang, dan waktu. Dengan kebebasan tersebut, seseorang dapat menembus batas-batas yang ada di dunia nyata. Hal ini memungkinkan hal yang tidak mungkin terjadi. Citra seorang politisi harus efektif dan tersalurkan agar efektif. Media sosial merupakan media yang populer digunakan dan diikuti oleh banyak orang, serta berpotensi mengubah opini publik dengan berbagai cara. Ganjar Pranowo adalah tokoh politik yang sangat aktif di media sosial dan sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya.

2. Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi dalam politik merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah Partai politik dalam memenangkan pemilu. Kampanye politik adalah bentuk aplikasi komunikasi politik yang dilakukan seseorang, sekelompok orang atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan pemilu, pilkada dan pilpres. Beberapa bentuk atau jenis seni dan bentuk aplikasi (penerapan) komunikasi politik yang sudah lama dikenal dan dilakukan oleh para politikus atau aktivis politik, antara lain retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, lobi politik, dan tindakan politik yang dapat dilakukan dalam kegiatan politik yang terorganisasi seperti: public relation post politic, pemasaran politik dan kampanye politik. Semua bentuk komunikasi politik itu berkaitan dengan pembentukan citra dan opini publik yang positif. Hal itu dapat berkaitan dengan upaya memenangkan pemilu agar dapat meraih kekuasaan dan kedudukan politik di lembaga legislatif atau eksekutif sehingga dapat membuat kebijakan politik yang sesuai dengan visi misi dan program politik para komunikator politik terutama para politikus dan partai politiknya. Strategi dan komunikasi politik adalah suatu keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan.

Keputusan strategis yang tepat bagi komunikator politik adalah (1) Merawat ketokohan, (2) Memantapkan kelembagaan politik, (3) Menciptakan kebersamaan dan (4) Membangun konsensus. Hemofili dan

empati adalah salah satu syarat untuk membangun dan merawat ketokohan bagi politikus, aktivis, dan profesional sebagai komunikator politik. Untuk menciptakan hemofili dan melakukan empati melalui persamaan kepentingan tersebut, komunikator politik harus terlebih dahulu mengenal, mengerti dan memahami daya tangkal serta daya serap khalayak, baik yang bersifat psikologis maupun yang bersifat sosiokultural. Hal itu memerlukan berbagai aktifitas seperti peninjauan dan survei atau pembuktian. Dengan cara memahami khalayak, menyusun pesan persuasi, menetapkan metode, dan memilah milih media.

Salah satu bentuk kegiatan politik yang diketahui banyak masyarakat luas adalah kampanye politik. Dalam hal ini kampanye sendiri sudah terbagi dalam beberapa kategori seperti kampanye legislatif, kampanye capres dan juga kampanye dalam pemilu kepala daerah dan lain sebagainya. Sebelum berkembangnya teknologi komunikasi masih sangat banyak dijumpai bagaimana cara kampanye dengan memasang umbul-umbul besar, spanduk-spanduk diseluruh badan jalan, berbagai poster juga baliho memenuhi seluruh sudut kota yang sebenarnya cukup begitu banyak memiliki dampak baik positif dan negative di dalamnya. Sekarang, seiring berjalannya waktu, dan perkembangan teknologi komunikasi yang juga begitu pesat, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tentang munculnya media-media baru menjadikan terjadinya pergeseran dalam kampanye tersebut. Banyak yang menggunakan media baru dalam kampanye untuk menarik massa sebanyak-banyaknya dan untuk memilih.

Dari perspektif lembaga politik, penting untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik menggunakan media sosial, terutama selama kampanye pemilihan. Karena media sosial dapat menjadi channel untuk merepresentasikan informasi yang ideal, mengukur opini publik, serta mendapatkan dukungan dari publik kepada kandidat politiknya (Zeng, Chen, Lusch, & Li, 2010). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa politisi di era demokrasi yang modern ini dengan semangat mengadopsi media sosial untuk melibatkan publik, berdialog dengan warganya sehingga memunculkan diskusi politik yang 'hidup' (Hong & Nadler, 2011).

Selain itu, dengan adanya media sosial memungkinkan masyarakat untuk mendapat informasi dan pengaruh pilihan politik, dari mulai sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka terhadap kandidat politik tertentu (Victor, Ikechukwu, Gerald, & Chinedum, 2017). pengaruh pemanfaatan media sosial Facebook terhadap elektabilitas, efektivitas, dan popularitas calon legislatif anggota DPR RI pada Pemilu legislatif 2019 dengan nilai Sig masing-masing variabel $< 0,05$. Pemanfaatan media sosial membuat calon kandidat dapat melakukan komunikasi untuk mempromosikan program serta prestasi yang ia miliki, selanjutnya publik dapat dengan mudah mengumpulkan informasi, opini, dan menganggap kandidat layak untuk dipilih pada pemilihan nanti, sehingga elektabilitas kandidat dapat naik.

Penggunaan media sosial Facebook juga berpengaruh signifikan terhadap efektivitas kampanye politik, dimana fitur-fitur pada Facebook memperluas ruang publik untuk menjadi media promosi yang melibatkan publik lewat agenda politiknya yang dibagikan di media sosial ini. Popularitas calon anggota legislatif juga dapat terdongkrak dengan adanya pemanfaatan media sosial Facebook, dimana kandidat dapat mengunggah pesan politik sehingga mendapatkan dan mempertahankan pendukung yang membuat popularitas mereka semakin tinggi. Jika pesan yang disampaikan kandidat di Facebook dianggap menarik, maka pendukung dapat dengan mudah membagikan kepada temannya sehingga menambah popularitas dari kandidat politik ke publik.

Saat ini kampanye terbuka memang dinilai sudah tidak efektif lagi karena sangat menyedot anggaran sangat besar. Kehadiran massa yang begitu besar dalam sebuah kampanye terbuka bukan menjadi indikator kemenangan dalam pemilu (pemilihan umum) karena dibalik keramaian massa disesaki beragam atribut dan terselip makna yang berarti. Segencar atau seproduktif apapun sebuah partai politik melakukan kampanye di media sosial jika partai politik tersebut gagal menyampaikan ideologi atau pesan ke audiens atau massa maka kampanye tersebut menjadi hal yang percuma atau sia-sia. Oleh sebab itu, melalui media sosial partai politik dapat menyuarakan gagasan atau visi dan misi partai politik secara lebih komprehensif dan luas.

Hal ini telah terbukti setelah kemenangan yang diraih oleh Barrack Obama, Jarvis (2010) melalui tulisannya mengungkapkan bahwa

pada pemilihan presiden Amerika Serikat periode 2008, Obama menggunakan internet dengan berbagai jejaring sosial, seperti twitter, myspace, youtube facebook dan e-mail. Bahkan, situs kampanye yang dimiliki Obama mampu mengorganisasi lebih dari 150.000 kegiatan, menciptakan lebih dari 35.000 kelompok, memiliki lebih dari 1,5 juta akun dan mendapatkan lebih dari USD 600 juta dari 3 juta masyarakat yang mendonasikan dananya untuk memenangkan Obama. Untuk memahami lebih jauh bagaimana teknologi komunikasi mampu mempengaruhi proses interaksi, maka kita jangan melihat pada sudut pandang negative. Akan tetapi kita justru harus melihat bagaimana teknologi komunikasi dan informasi mampu dijadikan sebagai sebuah dunia baru yang menjadi bagian dari kebutuhan primer setiap individu masyarakat global. Menjelang pilpres, terjadi mobilisasi dalam berbagai bentuk, salah satu saluran yang paling banyak digunakan adalah melalui media. Melalui media massa dapat menjangkau audiens dimanapun melalui berita atau iklan, namun yang paling sering digunakan audiens ialah media sosial, facebook, Instagram, menjadi saluran informasi dunia politik.

Menurut Firmanzah (2008) citra atau image dibutuhkan untuk membedakan satu partai politik dengan partai politik lain, sebagai strategi positioning. Ia merupakan konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat akan suatu partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik. Menurut Firmanzah, walaupun citra politik tidak real, tetapi ia dapat diciptakan, dibangun, dan diperkuat. Citra

politik memiliki kekuatan untuk memotivasi aktor atau individu agar melakukan suatu hal. Ia dapat memengaruhi opini publik sekaligus menyebarkan makna-makna tertentu. Citra politik yang bagus akan memberikan efek yang positif terhadap pemilih guna memberikan suaranya dalam pemilihan kelak. Bandwagon, teknik ini digunakan dalam rangka mempengaruhi masa untuk mengikuti apa yang digagas oleh pemberi propaganda dengan cara meyakinkan masa bahwa banyak orang lain di dalam komunitas kelompok masa tersebut telah mengikuti gagasannya.

3. Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik

Penggunaan media sosial saat ini tidak terbatas pada percakapan sehari-hari, tetapi telah diperluas ke komunikasi politik. Sifat interaktif dan fleksibel dari mediasosial telah membuatnya sekarang banyak digunakan oleh baik anggota masyarakat, politisi, dan partai politik dalam komunikasi politik. Media sosial kini telah menjadi sarana utama untuk kampanye dan komunikasi politik. Namun, politisi harus bijak dalam menggunakan media sosial untuk komunikasi politik karena penggunaan komunikasi menengah ini menghadirkan beberapa kelebihan dan kekurangan, terutama bagi penonton. Menggabungkan media tradisional dan sosial untuk komunikasi mungkin menjadi solusi terbaik untuk menjaga keterlibatan dan komunikasi dengan audiens.

Dalam menjalankan peran sebagai mediator dalam dialog politik, media massamemiliki tujuan utama untuk mencapai

pemahaman bersama, peningkatan partisipasi masyarakat, dan pembentukan opini publik yang informasional. Media massa menyediakan platform dan saluran komunikasi yang luas untuk pertukaran gagasan, pandangan, dan informasi politik. Melalui pemberitaan yang seimbang, analisis mendalam, dan penyajian perspektif yang beragam, media massa membantu memoderasi dialog politik dengan memberikan informasi yang berkualitas dan relevan. Namun, peran media massa dalam memoderasi dialog politik juga dihadapkan pada sejumlah tantangan.

Pertama, adanya bias politik atau kepentingan komersial dapat memengaruhi independensi dan obyektivitas media massa dalam menyajikan informasi politik. Bias ini dapat muncul dalam pemilihan berita, penonjolan sudut pandang tertentu, atau pengabaian terhadap perspektif yang berbeda. Kedua, polarisasi politik yang semakin meningkat di masyarakat dapat mempengaruhi peran media massa dalam memoderasi dialog politik. Media massa bisa terjebak dalam polarisasi ini dan cenderung memperkuat kesenjangan yang ada, bukan memfasilitasi dialog dan pemahaman bersama. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh media massa adalah penyebaran berita palsu atau hoaks yang dapat mempengaruhi kepercayaan publik pada media.

Dalam eradigital, berita palsu dapat dengan mudah disebarkan secara massal, membingungkan masyarakat, dan mengaburkan fakta. Hal ini mempengaruhi kehandalan media massa sebagai sumber informasi yang terpercaya dan dapat memengaruhi kualitas dialog politik.

Media sosial juga menjadi wadah untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga masyarakat lebih mengenal mereka, meskipun ada yang belum terpilih pada periode ini, namun dengan adanya hubungan yang baik dengan masyarakat, menjadi modal kuat bagi seseorang untuk mencalonkan diri pada periode berikutnya, hal tersebut sesuai dengan penuturan informan calon anggota dewan yang tidak terpilih.

Dalam Philip L, K (2009: 197) menyebutkan lima aspek penting dari peran, yaitu: Peran itu bersifat impersonal: posisi peran itu sendiri akan menentukan harapannya, bukan individunya. Peran itu berkaitan dengan perilaku kerja (task behavior) yaitu, perilaku yang diharapkan dalam suatu pekerjaan tertentu Peran itu sulit dikendalikan (role clarity dan role ambiguity) Peran itu dapat dipelajari dengan cepat dan dapat menghasilkan beberapa perubahan perilaku utama. Peran dan pekerjaan (jobs) itu tidaklah sama –seseorang yang melakukan satu pekerjaan bisa saja memainkan beberapa peran.

4. Pengaruh Berita Hoax Terhadap Politik Pada Media Sosial

Hoax merupakan berita palsu yang belum tentu faktanya biasanya berisi tentang ujuran kebencian, memprovokasi, melibatkan tentang SARA atau apapun yang bisa menyebabkan konflik antar sesama masyarakat Indonesia. Pengaruh berita hoax terhadap bangsa Indonesia sangat lah berbahaya karena dapat memecah belah kesatuan dan persatuan bangsa Indonesia. Karna masyarakat Indonesia masih terbiasa

percaya terhadap berita yang belum jelas sumbernya berasal, masyarakat seringkali terbawa berita hoax juga karna tidak membaca keseluruhan isi di dalam berita, hal ini sangat berbahaya bagi persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia karna masyarakat jadi mudah terprovokasi setelah melihat berita yang belum jelas sumbernya yang mengakibatkan kesalah pahaman antar pihak.

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang salah satunya yaitu Mastel, menyatakan bahwasannya media yang paling banyak digunakan untuk menjadi penyebaran hoax adalah situs web sebesar 34,90%, aplikasi chatting(whatsapp, line, telegram)sebanyak 62,80%, dan melalui media sosial (facebook, twitter, Instagram, dll) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sedangkan data yang dicatat oleh Kementrian Komunikasi dan Informasi menyebutkan ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar hoax (Juditha, Cristtiany, 2019). Fenomena hoaxkini menjadi keresahan bagi khalayak, serta menimbulkan beragam masalah. Pada saat Pemilihan Umum Presiden atau Pemilihan Kepada Daerah berlangsung, hoax semakin beredar di mana-mana dan semakin banyak beredar. Hal tersebut dapat kita lihat ketika Pilkada Jakarta 2017. Saat itu, hoax atau berita bohong banyak tersebar di masyarakat. Dewan Pers Indonesia menilai hoax telah memasuki tahap serius. Apabila hoax memiliki rentang yang sangat lebar, mulai dari yang satir untuk menyindir hingga yang dipublikasikan melalui berbagai kanal

informasi. Pada awalnya masyarakat mencari informasi melalui media mainstream. Tapi pada saat ini hoax justru masuk ke dimensi lain di media sosial dan diadopsi begitu saja di media mainstream tanpa klarifikasi (Jemadu, 2020). Pengertian media sosial sendiri menurut beberapa ahli yakni, definisi sosial dalam media sosial adalah individu yang ada dalam komunitas tidak hanya ada pada sebuah lingkungan, melainkan harus berkolaborasi dengan lingkungan lain sehingga tercipta suatu kerja sama karena kerja sama merupakan karakter dari sosial (Rulli, Nasrullah, 2017). Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan para penggunanya untuk merepresentasikan dirinya, sehingga dirinya dapat berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan juga membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli, Nasrullah, 2017). Lebih luas lagi, media sosial merupakan salah satu wadah yang sangat rentan dan sangatlah sering digunakan sebagai media penyebaran berita hoax. Banyaknya pengguna aktif bahkan dapat dikatakan sebagai penggiat media sosial di Indonesia ini memberikan kemudahan bagi para penyebar hoax dalam menjalankan aksinya.

Selain itu pengawasan di media sosial juga tidak terlalu ketat yang mengakibatkan para oknum penyebar hoax bebas dalam menyebarkan aksinya, sehingga berita apapun yang di bagikan dapat tersebar dengan mudahnya. Dengan hadirnya media sosial ini juga memberikan dampak yang positif dan juga negative (Marwan, Rayii, 2019). Dengan hadirnya media sosial banyak memberikan dampak positif bagi

sang pengguna, dan tidak sedikit pula dampak negatifnya. Di Indonesia sendiri kehadiran media sosial juga memberikan pengaruh politik, sosial, budaya dan juga ekonomi di media sosial menggeser serta menembus batas-batas dari pola relasi interaksi hirarki menjadi egaliter, baik di ruang politik maupun budaya. Informasi yang kurang bahkan tidak bermutu berbaran secara masif tanpa verifikasi dan konfirmasi. Hoax, fitnah serta hujatan bersahut-sahutan nyaris tanpa henti (Marwan, Rayii, 2019) Contoh hoax dengan konten isu sosial-politik di media sosial adalah yang banyak terjadi menjelang pemilihan presiden tahun 2019 lalu, misalnya kasus hoax penganiayaan Ratna Sarumpaet. Kasus hoax penganiayaan Ratna Sarumpaet pertama kali beredar di Facebook, melalui unggahan postingan akun Swary Utami Dewi. Unggahan tersebut disertai tangkapan layar dari aplikasi pesan WhatsApp pada 2 Oktober 2018 disertai foto wajah Ratna Sarumpaet yang lebam. Kabar tersebut kemudian menyebar lewat Twitter melalui akun para tokoh, seperti Rachel Maryam, Fadli Zon, dan lainnya.

Pada pemilu presiden 2019 lalu, ada banyak berita hoaks yang tersebar mengenai calon pemimpin, yaitu Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Sandiaga Uno. Isi berita hoaksnya berkaitan dengan agama dan juga budaya. Adanya berita tersebut juga menimbulkan konflik antar para tim sukses. Adanya berita hoaks yang menimbulkan konflik tersebut juga akan berdampak pada pemikiran pemilih pemula. Mereka bisa saja menjadi tidak tertarik untuk memilih dalam pemilu karena tidak percaya

pada kedua pasangan calon, akibat tim sukses yang berkonflik satu sama lain. Karena hal tersebut, kami tertarik untuk membahas mengenai permasalahan hoaks saat pemilu yang berpengaruh pada partisipasi pemilih pemula. Terkadang banyak buzzer yang tidak bertanggung jawab membuat akun media sosial khusus dengan identitas anonim. Buzzer anonim kemudian menyebarkan berita bohong (hoax) yang biasanya disertai dengan ujaran kebencian dan isu-isu sensitif yang ditujukan kepada lawan atau pesaing kandidat yang didukungnya. Buzzer melakukan hal tersebut untuk menurunkan citra kompetitor dan memicu masyarakat untuk tidak mempercayai (distrust) lawan politiknya. Salah satu contoh kasus terkait berita bohong atau hoaks yang dilakukan para buzzer adalah isu yang berkembang pada Pemilu 2014 dan 2019. Isu ini relatif tidak banyak berubah dibanding pemilu sebelumnya yang menyangkut politik identitas.

5. Penyampaian pendapat politik di era milenial

Milenial atau generasi Y merupakan sebuah istilah yang dikembangkan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya. Penggolongan generasi ini digolongkan bagi kelompok masyarakat yang lahir pada medio akhir 1980 hingga awal 2000. Media sosial menjadi instrument baru dalam menyampaikan pendapat. Jika sebelumnya cara mengemukakan pendapat dalam sebuah sistem demokrasi dapat dilakukan dengan cara keterwakilan di parlemen (Anggota DPR), berdemonstrasi, atau melalui Media Massa yang mewakili kepentingan

publik. Namun bagi generasi milenial, Media sosial menjadi pilihan yang paling mudah dan cepat dalam mengemukakan suatu pendapat di ranah publik. Hal ini tidak lepas dari hilangnya citra keterwakilan rakyat yang direpresentasikan oleh DPR, hingga citra media massa yang cenderung sarat kepentingan dan tidak mampu memberikan gambaran utuh tentang aspirasi publik. Sementara melalui media sosial, setiap konten yang disampaikan pengguna bersifat utuh sesuai dengan kehendak penggunanya. Setiap pengguna media sosial tidak lagi khawatir jika pendapatnya kemudian disunting atau diubah sesuai kepentingan tertentu.

Media sosial sangat berperan penting sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan efek positif dalam peningkatan partisipasi politik di kalangan generasi milenial sebagai pemilih pemula. Namun partisipasi politik tidak semata-mata diukur berdasarkan pemberian suara pada saat pemilu. Pada dasarnya ada banyak bentuk partisipasi politik seperti: mengirim surat (pesan) kepada pejabat pemerintahan, ikut serta dalam aksi protes atau demonstrasi, menjadi anggota partai politik, menjadi anggota organisasi kemasyarakatan, mencalonkan diri untuk jabatan publik, memberikan sumbangan kepada partai atau politisi, hingga ikut serta dalam acara penggalangan dana (Kompas.com, 2018). Dengan demikian meskipun hanya pemula, tetapi partisipasi mereka ikut menentukan arah kebijakan Indonesia ke masa depan. Pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik menjadi salah satu indikator politik di Indonesia yang secara tidak

langsung memiliki peran strategis dalam membentuk partisipasi politik. Berbagai macam informasi politik dapat diperoleh melalui media massa dan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dalam menentukan partisipasi politiknya.

Kesimpulan

Penggunaan sosial media oleh karena itu perlu adanya penataan kembali personil di internal partai agar dikemudian hari team yang dibentuk lebih paham mengenai strategi komunikasi. Media, baik itu media massa maupun sosial media merupakan bagian besar daripada komunikasi politik. Karena media dapat mempengaruhi pemikiran-pemikiran khalayak terhadap apa yang dapat ia sampaikan. Meskipun media memang benar-benar dapat mempengaruhi pemikiran khalayak, namun ada sebuah teori yang mengatakan bahwa khalayak itu bersifat pasif atau hanya mengikuti apa yang sudah ada. Namun akhirnya teori tersebut dipatahkan dengan teori-teori yang lain yang dihasilkan melalui penelitian terhadap tindakan masyarakat. Oleh karena itu teori dalam komunikasi politik mengalami perkembangan sesuai dengan penelitian dan penemuan para ahli terhadap tingkah laku khalayak.

Televisi dan media online menjadi sumber yang paling tinggi yang digunakan untuk mencari informasi politik. Jenis konten yang sering dibuka oleh para responden adalah tautan berita online, dan konten berita yang sering dibuka adalah penolakan masyarakat terhadap kandidat. Temuan lainnya yaitu tingkat partisipasi politik offline yang paling sering dilakukan para responden adalah berdiskusi mengenai isu Pilkada

bersama teman, rekan kerja/ keluarga, sementara partisipasi politik online yang paling tinggi dilakukan oleh para responden adalah memperhatikan diskusi (silent reader) mengenai isu Pilkada di sosial media/ aplikasi chatting

Daftar Pustaka

- Andriyendi O.D, S.Nurman , Dewi F.S. (2023) *Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada*, Journal of Education, Cultural and Politics Volume 3 No 1
- Alfiyani Nur, (2018) *Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*, POTRET PEMIKIRAN – Volume 22, No. 2
- Deni, Deni A dkk. *Demokrasi dan Komunikasi Politik*. CV. Eureka Media Aksara.
- [researchgate.net](https://www.researchgate.net)
- Farid S.A, (2023) *Peran Media Massa Dalam Memoderasi Dialog Politik*, Al-Adalah, Volume 1, NO. 3
- Febriansyah, Muksin N.N, *Fenomena Media Sosial: Antara Hoax, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa*, Sebatik.
- Haris Aidil, (2022) *Strategi Komunikasi Politik Interaktif Di Era Virtualitas*, Jurnal Publik Reform Vol: 9 No.1
- Hayat A.M, Jayadiningrat S, dkk. “Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik.” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, Vol. 2, No. 1, 2021.
- Lestari J.F, Pebrianti S, dkk. “Strategi Kampanye Ridwan Kamil Dalam Media Instagram.” *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*,

Volume 13 Nomor 2, 2018.

Meifilina A. "Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik," *Jurnal Komunikasi Nusantara*, Vol. 3, No. 2, 2021.

Nurhidayat I, Garis R.R. (2023) *Trend Komunikasi Politik Di Media Sosial*, Jurnal Lanskap Politik Volume 1, Nomor 2

Prasetya E.A, Kazia B, dkk. Pengaruh Berita Hoaks Terhadap Cara Pandang Pemilih Pemula: Pemilihan Umum Presiden, 2019.

Pengaruh_Berita_Hoaks_Terdapat_Cara_Pandang_Pemilih_Pemula_Pemilihan_Umum_Presiden_Tahun_2019-libre.pdf
(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net)

Indonesia, POLITEA: Jurnal Pemikiran Politik Islam Vol. 2 No.1 Tahun

Rustandi Dudi, Pencitraan Politik Daring: Strategi Memenangkan Massa Digital Menjelang Pemilu 2014, Vol. 11, Nomor 2, 2013.

Rusmarina N, Mufarikhin, dkk. (2019) Strategi Mobilisasi Politik Pada Pemilu Susanto Irwansyah. "Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian Pendapat Politik Milenial di Era Pasca Reformasi," *Jurnal Lontar*, Volume 9 Nomor 1, 2021.

Setiadi Ahmad , *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*,

Suratno, Irwansyah, dkk (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Politik*, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 6, Nomor 1

Supit M, Lapian M ,dkk (2022). Peran Media Sosial dalam meningkatkan elektabilitas Calon anggota Legislatif dalam Pemilihan umum

Tahun 2019, Eksekutif Volume2 No. 1

Sulistyo, Najicha U.F, “Pengaruh Berita Hoax Terhadap Kesatuan dan Persatuan Bangsa Indonesia,” *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 1, 2022.

Zakirah, Pengaruh Hoax di Media Sosial Terhadap Preferensi Sosial Politik Remajadi Surabaya, hlm. 4,

Utami F, “Media Sosial dan Partisipasi Politik Milenial Riau,” *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, Vol.3, No. 1, 2020.