

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK DAN MENDORONG PARTISIPASI ONLINE: STUDI KASUS KAMPANYE PILPRES 2024

Ahmad Sampurna¹, Halwatia Malika Atsni Sudarmansyah², Lulu Ul Jannah³, Khairul Fajar⁴, Irfan Aqil Ramadhan⁵

ahmadsampurna@uinsu.ac.id¹, halwatiamalikaatsnisudarmansya@gmail.com²,
uljannahlulu1@gmail.com³, khairulfajar2678@gmail.com⁴, irfanramadhan402@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peranan platform media sosial dalam membentuk pemikiran masyarakat serta meningkatkan keikutsertaan politik secara daring selama pemilihan presiden (Pilpres) 2024 di Indonesia. Media sosial telah menjadi salah satu alat penting dalam taktik komunikasi politik, di mana para calon dan tim kampanye menggunakan saluran digital seperti Twitter, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan pesan politik, mengembangkan citra diri, serta menarik dukungan masyarakat. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang mencakup analisis konten kampanye di platform sosial, wawancara dengan pengguna aktif, serta observasi partisipatif dalam forum diskusi online. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga berperan sebagai ruang interaktif yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk aktif terlibat dalam diskusi politik. Media sosial memberikan kontribusi besar dalam pembentukan pendapat publik melalui penyebaran informasi, narasi, dan simbol politik yang menjadi viral. Di samping itu, partisipasi daring dalam bentuk komentar, berbagi konten, serta kampanye berbasis akar rumput digital menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam keterlibatan warga negara dalam politik. Penelitian ini menekankan pentingnya kemampuan literasi digital dan etika menggunakan media untuk menjaga integritas demokrasi di era komunikasi digital.

Kata Kunci: Media Sosial, Opini Publik, Partisipasi Politik Online, Kampanye Politik, Pilpres 2024.

ABSTRACT

This study aims to explore the role of social media platforms in shaping public thinking and increasing online political participation during the 2024 presidential election in Indonesia. Social media has become an important tool in political communication tactics, where candidates and campaign teams use digital channels such as Twitter, Instagram, and TikTok to convey political messages, develop self-images, and attract public support. This study applies a qualitative approach with a case study method, which includes analysis of campaign content on social platforms, interviews with active users, and participant observation in online discussion forums. The research findings reveal that social media not only functions as a one-way communication channel but also acts as an interactive space that provides opportunities for the public to be actively involved in political discussions. Social media makes a major contribution to the formation of public opinion through the dissemination of information, narratives, and political symbols that go viral. In addition, online participation in the form of comments, content sharing, and digital grassroots-based campaigns indicate a paradigm shift in citizen involvement in politics. This study emphasizes the importance of digital literacy skills and ethics in using media to maintain the integrity of democracy in the era of digital communication.

Keywords: Social Media, Public Opinion, Online Political Participation, Political Campaign, 2024 Presidential Election.

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk di arena politik. Kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi telah menciptakan platform publik baru yang memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan luas. Dalam ranah politik, media sosial berfungsi lebih dari sekadar alat komunikasi informal, namun telah bertransformasi menjadi alat strategis untuk membangun opini publik dan mempengaruhi perilaku politik masyarakat.

Dalam perspektif pemilihan umum, khususnya Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia, media sosial berperan krusial dalam menyebarkan pesan kampanye. Para calon dan tim kampanye menggunakan platform digital seperti Instagram, Twitter (sekarang dikenal sebagai X), TikTok, dan YouTube untuk menciptakan narasi politik, membangun citra personal, serta mempengaruhi pandangan publik terkait isu-isu penting. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan dalam paradigma komunikasi politik, dari model tradisional yang bersifat satu arah menjadi model yang lebih interaktif dan melibatkan publik.

Peran media sosial dalam membentuk opini publik tidak dapat dipisahkan dari karakteristik platform yang mendukung viralitas, keterlibatan emosional, dan pembuatan narasi yang bisa disesuaikan dengan berbagai segmen audiens. Dengan algoritma yang bersifat selektif dan personal, media sosial berkontribusi pada terbentuknya ruang gema yang bisa memperkuat keyakinan politik individu sekaligus mengurangi keragaman sudut pandang. Dalam situasi ini, opini publik muncul tidak dalam keadaan netral, tetapi melalui proses mediasi teknologi yang rumit.

Selain itu, media sosial juga mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam politik melalui partisipasi secara daring. Partisipasi ini mencakup berbagai aktivitas digital, seperti memberikan komentar, menyukai dan membagikan konten kampanye, serta ikut dalam diskusi politik online. Fenomena ini menunjukkan adanya perluasan ruang partisipasi politik yang tidak hanya terjadi di lingkungan fisik atau institusional, tetapi juga menjangkau ruang digital yang lebih inklusif dan fleksibel.

Partisipasi online yang muncul di dunia maya melalui platform media sosial memiliki ciri-ciri tertentu, seperti sifatnya yang tiba-tiba, cepat bereaksi, serta terpengaruh oleh emosi kolektif. Namun, partisipasi seperti ini juga menghadapi risiko terhadap manipulasi informasi, penyebaran berita palsu, dan ujaran kebencian, yang bisa merusak kualitas diskusi publik. Maka dari itu, penting untuk melakukan analisis kritis mengenai sejauh mana keterlibatan online dapat menguatkan demokrasi deliberatif atau justru memperparah perpecahan sosial.

Dalam konteks pemilihan presiden 2024, pemanfaatan media sosial sebagai platform kampanye menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dan melibatkan berbagai aktor politik dari berbagai latar belakang. Beragam strategi komunikasi digital diterapkan untuk menarik perhatian pemilih muda, memperluas jangkauan pesan, serta membangun persepsi bersama mengenai calon presiden dan isu-isu nasional. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji seberapa efektif media sosial dalam membentuk pendapat publik dan mendorong partisipasi masyarakat secara daring.

Studi ini menganalisis peran media sosial dalam kampanye pemilihan presiden 2024 melalui dua fokus utama, yaitu pembentukan pendapat umum dan pendorongan partisipasi politik di media online. Dengan penerapan metode kualitatif dan analisis studi kasus, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi pola komunikasi politik digital yang muncul dalam masyarakat serta dampaknya terhadap praktik demokrasi di era digital.

Pentingnya penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memahami dinamika politik digital yang semakin berpengaruh dalam kehidupan publik. Penelitian ini tidak

hanya memperkaya pengetahuan dalam ranah komunikasi politik dan media digital, tetapi juga memberikan saran praktis bagi para pengambil kebijakan, aktivis demokrasi, serta masyarakat pada umumnya untuk mengelola ruang publik digital dengan cara yang sehat, adil, dan inklusif.

METODE

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan desain studi kasus untuk secara mendetail menggambarkan bagaimana media sosial memengaruhi pandangan publik dan mendorong keterlibatan online selama pemilihan presiden 2024. Metode ini dipilih karena memberikan peluang kepada peneliti untuk menyelidiki interaksi komunikasi politik digital dalam konteks sosial dan budaya yang spesifik. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan online terhadap aktivitas kampanye di platform Twitter (X), Instagram, dan TikTok; pencatatan konten digital dan mencakup unggahan kampanye, hashtag yang tren, serta tanggapan publik; dan wawancara mendalam dengan sejumlah informan utama yang terdiri dari pengguna sosial media aktif, relawan digital, dan analis komunikasi politik. Informan dipilih secara purposif berdasarkan kriteria partisipasi aktif dalam diskusi politik daring selama kampanye.

Proses analisis data dilakukan dengan mengelompokkan jenis konten kampanye (visual, narasi politik, dan respons terhadap isu), serta mengamati kekuatan dan jenis interaksi digital antara para kandidat dan masyarakat. Peneliti juga memberikan interpretasi terhadap respons masyarakat untuk menggali motivasi, preferensi politik, serta cara pandang terhadap tiap kandidat. Dengan cara ini, penelitian diharapkan bisa menyajikan gambaran menyeluruh mengenai strategi komunikasi politik di media sosial dan perannya dalam membentuk opini publik dalam konteks pertarungan demokrasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Teori

1. Peran Media Sosial Dalam Kampanye Pilpres 2024

Dalam era demokrasi saat ini, media sosial telah mengalami perubahan besar dari peran awalnya sebagai alat komunikasi pribadi menjadi platform strategis dalam ranah politik. Evolusi ini menunjukkan pergeseran fungsi media sosial yang tidak lagi terbatas pada interaksi sehari-hari, tetapi telah berkembang untuk mencakup aktivitas politik yang rumit. Baik masyarakat biasa maupun pelaku politik memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan politik. Masyarakat, contohnya, menggunakan platform digital ini untuk membahas isu politik, berkomunikasi dengan organisasi masyarakat, dan menjalin hubungan dengan pemimpin politik. Sementara itu, para politisi menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye untuk membangun dan menjaga citra publik mereka, serta untuk terhubung secara konsisten dengan jurnalis dan pemilih.

Kecepatan media sosial dalam menyebarkan informasi dan kemampuannya untuk menjangkau masyarakat luas menjadikannya alat komunikasi politik yang sangat efektif. Keberhasilan alat ini telah terbukti dalam sektor pemasaran yang dapat mengirimkan pesan kepada audiens yang lebih besar dengan cara yang efisien dan ekonomis. Sebagai hasilnya, politisi saat ini secara aktif mengintegrasikan media sosial ke dalam rencana komunikasi politik mereka untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat dan langsung dengan calon pemilih.

Keberhasilan kampanye politik melalui media sosial tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga didukung oleh bukti empiris. Salah satu contoh paling mencolok adalah kampanye Barack Obama di pemilihan presiden Amerika Serikat pada tahun 2008. Pada

momen itu, Obama secara sistematis memanfaatkan lima belas platform media sosial, yang terhubung dengan situs web kampanyenya, sebagai metode utama untuk menyampaikan visi politik, menggalang dukungan, dan menciptakan interaksi langsung dengan masyarakat. Keberhasilan strategi ini terlihat dari terpilihnya Obama sebagai Presiden Amerika Serikat.

Secara internasional, media sosial telah menciptakan peluang untuk komunikasi politik antar negara dan budaya. Dalam pemilihan parlemen Uni Eropa yang diadakan pada tahun 2014, media sosial digunakan secara luas oleh kandidat dan partai politik untuk menyampaikan pesan kepada pemilih di 28 negara anggota. Dalam hal ini, media sosial berfungsi untuk mengatasi hambatan bahasa dan geografis, sehingga memperluas cakupan komunikasi politik dalam konteks sistem politik multinasional.

Dalam konteks Pemilihan Presiden Indonesia pada tahun 2024, pola pemanfaatan media sosial terlihat serupa dengan tren global. Para kandidat menggunakan media sosial tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai platform interaktif untuk membentuk opini publik, merespons isu terkini secara langsung, dan menarik dukungan suara, khususnya dari kelompok pemilih muda yang merupakan pengguna utama platform digital. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam mengubah lanskap komunikasi politik modern dan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan strategi kampanye dalam kontestasi pemilihan.

2. Mekanisme Pembentukan Opini Publik di Media Sosial

Pemilu 2024 menandai dimulainya fase baru dalam proses pembentukan pandangan publik mengenai politik di Indonesia, dengan platform media sosial menjadi sarana utama untuk perdebatan dan pembentukan persepsi masyarakat. Kementerian Komunikasi dan Informatika telah merumuskan langkah-langkah strategis untuk mengawasi penyebaran informasi politik melalui delapan pendekatan utama, yang mencakup produksi konten digital, pemantauan berita palsu, serta pembentukan unit tugas khusus (Kemenkominfo, 2024). Inisiatif ini menunjukkan kesadaran pemerintah akan signifikansi pengelolaan informasi digital dalam menjaga keabsahan proses demokrasi. Dalam hal pengumpulan dan penyebaran informasi politik, KPU dan Bawaslu memiliki peranan vital sebagai mitra dalam melaksanakan pemilihan umum. Kedua lembaga ini memiliki tanggung jawab penting untuk memastikan bahwa informasi yang disebar adalah akurat dan dapat dipercaya, sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pemilu. Pendekatan komunikasi yang digunakan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun dan menjaga integritas institusi.

Pembentukan pandangan publik di platform media sosial tidak terlepas dari pengaruh pihak-pihak kunci yang memengaruhi dinamika komunikasi politik. Pesan yang dipersonalisasi dan kemampuan calon dalam menciptakan koneksi emosional dengan pemilih melalui cerita pribadi menjadi elemen penting dalam membentuk pandangan publik. Ini diperkuat dengan peran jurnalisme investigatif yang ikut berkontribusi dalam mengungkap informasi dasar dan menjaga keandalan informasi. Media sosial berperan sebagai tempat pembentukan pendapat di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi di platform digital seperti Facebook, Instagram, dan Twitter tidak hanya memperkuat pandangan yang sudah ada, tetapi juga mampu mengubah perspektif pengguna melalui proses pertukaran informasi dan diskusi yang aktif.

Dalam konteks penyebaran informasi, tantangan serius terkait dengan adanya berita palsu di media sosial, terutama di Facebook. Penelitian ini mengungkapkan bahwa rendahnya kemampuan literasi digital dan ketidakaktifan dalam memverifikasi informasi menjadi penyebab utama penyebaran informasi menyesatkan seputar pemilu. Dinamika interaksi dan keterlibatan di media sosial menciptakan pola yang rumit dalam membangun

pandangan publik. Instagram memiliki peran penting dalam membentuk persepsi politik serta menciptakan polarisasi. Algoritma yang digunakan platform, pengaruh ruang gema, dan dampak influencer politik menjadi faktor-faktor kunci yang memengaruhi pembentukan pandangan publik. Analisis mendalam mengenai strategi kampanye digital, khususnya penggunaan gimmick media sosial dalam konteks Pemilu 2024. Penelitian ini menunjukkan efektivitas pemanfaatan konten kreatif seperti meme dan video singkat untuk menarik perhatian pemilih muda, meskipun strategi ini juga mengandung risiko potensial terhadap pandangan publik.

Sudut pandang filosofis yang diperkenalkan memperdalam wawasan tentang fungsi bahasa dalam taktik komunikasi politik digital. Dengan menggunakan analisis yang berlandaskan pemikiran Gramsci, penelitian ini mengungkapkan cara bahasa populis serta penggambaran melalui media digital berfungsi sebagai alat hegemoni dalam pembentukan pandangan umum selama pemilihan umum 2024. Kajian mengenai sentimen dan reaksi masyarakat terhadap konten politik menunjukkan adanya perbedaan yang mencolok. Menekankan kerumitan sistem pemilihan dalam kerangka demokrasi digital, di mana transparansi dan akuntabilitas menjadi elemen kunci dalam membentuk pandangan publik terhadap proses pemilihan. Secara keseluruhan, hasil temuan ini mengindikasikan bahwa proses pembentukan opini publik di media sosial adalah suatu fenomena yang rumit dan memiliki berbagai dimensi. Hubungan antara strategi komunikasi politik, fungsi aktor penting, dinamika platform digital, dan reaksi publik bersama-sama menciptakan ekosistem informasi yang memengaruhi pendapat umum dalam konteks pemilihan umum 2024. Pemahaman yang mendalam mengenai mekanisme ini sangat penting dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif dan bertanggung jawab.

3. Partisipasi Politik online dalam KAMPANYE PILPRES 2024

Partisipasi politik masyarakat mengalami perubahan yang cukup besar menjelang Pemilihan Presiden 2024, di mana platform digital dan media sosial telah berkembang menjadi saluran utama dalam persaingan narasi politik. Dalam konteks demokrasi saat ini, keikutsertaan secara online bukan sekadar tambahan, melainkan telah menjadi komponen penting dari struktur kampanye politik. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari metode kampanye yang tradisional dan tatap muka menuju model partisipasi yang berdimensi jaringan digital yang jauh lebih interaktif, dinamis, dan luas jangkauannya.

Para calon presiden dan tim kampanye mereka aktif menggunakan berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan Twitter untuk langsung mengkomunikasikan visi, misi, program, serta ide-ide politik mereka kepada masyarakat. Melalui saluran tersebut, proses komunikasi politik menjadi lebih cepat, lebih terjangkau, dan dapat mencakup audiens yang lebih luas tanpa ada batasan wilayah. Penyebaran pesan kampanye menjadi lebih efektif berkat kemampuan untuk menyesuaikan isi dengan preferensi audiens yang spesifik melalui data algoritmik yang disediakan oleh masing-masing platform.

Kegiatan online dalam kampanye mencakup pembuatan konten visual seperti video sinematik, poster digital, meme, dan infografik yang informatif. Berbagai bentuk representasi ini dirancang secara strategis untuk menarik minat, membangun citra, dan mempengaruhi opini publik. Di zaman digital, pandangan politik sering kali dibentuk melalui visual dan narasi singkat yang dikemas dengan cara kreatif, sehingga memiliki daya tarik tinggi untuk diperluas. Partisipasi masyarakat pun meningkat melalui aksi-aksi seperti membagikan kembali konten, memberikan komentar, menyukai, dan menciptakan ulang konten dengan cara dan pendekatan yang berbeda.

Salah satu aspek unik dari partisipasi daring adalah sifat interaktif yang dimilikinya. Hubungan antara aktor politik dan masyarakat kini tidak lagi bersifat top-down seperti

dalam komunikasi politik tradisional. Lingkungan digital menawarkan ruang untuk diskusi terbuka, dialog publik, dan bahkan debat politik di antara warga. Fitur-fitur seperti komentar publik, siaran langsung, polling daring, dan forum virtual menciptakan ekosistem partisipatif yang mampu menampung berbagai suara, pendapat, serta kritik terhadap proses dan substansi kampanye politik.

Kemampuan algoritma digital dalam mengenali pola perilaku dan preferensi pengguna juga berperan dalam meningkatkan efektivitas kampanye online. Dengan mengadopsi pendekatan berbasis data, tim kampanye bisa mengarahkan konten tertentu secara selektif kepada kelompok target tertentu, yang dapat didasarkan pada usia, lokasi, atau minat pada isu tertentu. Dengan demikian, strategi kampanye menjadi lebih personal, terukur, dan memiliki dampak langsung terhadap perubahan dukungan politik di lapangan.

Relawan siber juga memiliki kontribusi yang sangat penting dalam dunia kampanye di internet. Kelompok ini berfungsi untuk menyebarluaskan cerita politik, memberikan tanggapan terhadap serangan dari lawan, memperjelas informasi yang keliru, serta menciptakan konten kreatif yang mendukung kandidat tertentu. Tindakan mereka menunjukkan kemunculan aktor non-elitis dalam kegiatan kampanye yang memiliki dampak signifikan dalam membentuk citra dan daya tarik kandidat di dunia digital.

Keterlibatan daring juga lebih dari sekadar kegiatan kampanye. Ia berfungsi sebagai alat untuk memantau proses pemilihan umum. Melalui laporan di internet, berbagi bukti visual, serta diskusi di publik, masyarakat dapat berkontribusi dalam mengawasi pelaksanaan pemilu secara langsung. Fenomena ini mencerminkan pergeseran kekuasaan dari institusi resmi ke masyarakat sipil digital, di mana publik dapat secara kolektif mengidentifikasi dan menekan kemungkinan pelanggaran pemilu dengan cara yang terbuka.

Namun, partisipasi di dunia digital juga menghadapi berbagai tantangan. Penyebaran informasi yang salah, ujaran kebencian, manipulasi opini dari akun anonim, hingga polarisasi politik yang ekstrem adalah dampak negatif dari ruang digital yang dikelola dengan kurang baik. Persaingan politik di ranah maya sering kali mengabaikan prinsip-prinsip etika dan kejujuran, yang pada akhirnya dapat mengancam kualitas demokrasi yang sebenarnya. Oleh karena itu, diperlukan adanya regulasi yang ketat dan program literasi digital yang luas sebagai kebutuhan mendesak.

Literasi digital menjadi komponen penting untuk memastikan bahwa keterlibatan online berjalan dengan sehat, kritis, dan bertanggung jawab. Kemampuan masyarakat dalam mengenali informasi yang benar, memahami konteks politik secara keseluruhan, dan berpikir reflektif terhadap narasi yang diterima menjadi landasan yang penting bagi demokrasi digital yang inklusif. Tanpa kemampuan ini, partisipasi digital berisiko dimanfaatkan oleh kelompok tertentu untuk memanipulasi opini publik.

Secara keseluruhan, keterlibatan daring dalam kampanye pemilihan presiden 2024 menandakan perubahan signifikan dalam praktik politik pemilihan umum di Indonesia. Ruang digital kini berfungsi sebagai infrastruktur utama dalam membangun kesadaran politik, menggerakkan dukungan, dan mengawasi proses demokrasi. Dengan semakin mengintegrasikannya teknologi dalam aspek politik, pemilu bukan hanya merupakan peristiwa fisik, tetapi juga pengalaman digital yang memerlukan kesiapan masyarakat untuk mengelola hak dan tanggung jawab politik dengan bijak dan etis.

Pembahasan

Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang baru dalam dunia politik, memberikan dampak besar pada bagaimana komunikasi politik berlangsung di Indonesia, terutama menjelang Pemilu Presiden (Pilpres) 2024. Media sosial, yang dahulunya berfungsi sebagai sarana untuk berinteraksi sosial, kini telah bertransformasi menjadi

ruang strategis untuk komunikasi politik. Platform seperti Instagram, Twitter (X), YouTube, dan TikTok kini berfungsi ganda sebagai saluran utama bagi para calon dan tim kampanye untuk mengomunikasikan pesan politik mereka, serta sebagai alat untuk menciptakan dan memperkuat citra publik calon dan mempengaruhi pandangan masyarakat. Perubahan ini menunjukkan peralihan dari paradigma komunikasi politik yang bersifat top-down di masa lalu, ke model partisipatif yang lebih inklusif dan berbasis digital.

Salah satu keunggulan besar media sosial adalah kemampuannya untuk memicu viralitas. Dalam ranah kampanye politik, narasi yang disusun oleh calon, simbol politik, dan bahkan cara komunikasi yang disajikan dalam bentuk visual dapat dengan cepat menyebar secara luas. Konten yang mampu menarik emosi, seperti meme, video singkat, atau infografik, dapat sangat efektif dalam membentuk pandangan dan sikap politik masyarakat. Kecepatan penyebaran informasi ini dipacu oleh algoritma media sosial yang otomatis mempersembahkan konten sesuai dengan preferensi dan tingkat partisipasi pengguna, menciptakan lingkungan digital yang semakin memperkuat keyakinan politik tertentu.

Media sosial lebih dari sekadar sarana penyampaian pesan politik; ia juga berfungsi sebagai platform interaktif yang memungkinkan terjadinya dialog politik antara berbagai aktor dan masyarakat luas. Kolom komentar, polling online, dan sesi siaran langsung adalah contoh nyata bagaimana media sosial menciptakan kesempatan bagi publik untuk terlibat langsung dalam diskusi politik. Partisipasi politik, yang dulunya terbatas pada pemilihan umum dan suara di tempat pemungutan suara, kini meluas ke partisipasi daring, termasuk menyebarkan konten, merespons pendapat politik, dan melakukan advokasi di dunia maya. Perubahan ini memperkaya arti partisipasi demokratis yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan waktu, kini menembus ruang virtual yang tanpa batas.

Analisis dalam jurnal ini mengenai kampanye Pilpres 2024 menunjukkan bahwa partisipasi daring sudah bersifat dinamis, melibatkan beragam bentuk keterlibatan digital yang luas. Masyarakat berperan tidak hanya sebagai penerima informasi politik, tetapi juga sebagai pencipta konten yang mendukung atau mengkritik para kandidat. Relawan digital, yang perannya semakin signifikan, berkontribusi pada pembentukan narasi politik di ruang daring. Mereka tidak hanya menciptakan dan menyebarluaskan narasi politik, tetapi juga terlibat aktif dalam mengatasi disinformasi serta meramaikan diskusi politik yang bersifat partisipatif dan deliberatif.

Pembentukan opini publik lewat media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menentukan daya tarik pesan yang disampaikan. Salah satu faktor utama adalah kemampuan media sosial untuk memberikan pesan yang bersifat personal dan mampu menjalin koneksi emosional dengan audiens. Kandidat yang dapat mempresentasikan diri dengan cara yang tulus dan mengaitkan narasi politik mereka dengan kehidupan sehari-hari para pemilih cenderung lebih berhasil memperoleh dukungan. Selain itu, pesan yang divisualisasikan secara kuat dan penggunaan simbol politik yang tepat semakin memperkuat daya tarik pesan tersebut. Namun, penting untuk memastikan bahwa peran media sosial dalam menyebarluaskan informasi diimbangi dengan peningkatan literasi digital masyarakat, agar opini publik tidak terbentuk dari informasi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan.

Keterlibatan masyarakat dalam kampanye politik melalui media sosial memiliki karakteristik khas yang mencolok, yaitu cepat, emosional, dan sangat responsif terhadap isu-isu yang berlangsung. Walaupun demikian, partisipasi ini juga rentan terhadap penyalahgunaan. Penyebaran berita palsu, ujaran kebencian, dan manipulasi pandangan melalui akun-akun yang tidak asli menjadi tantangan berat yang dapat merusak kualitas

demokrasi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital di kalangan banyak orang membuat mereka mudah terperangkap dalam aliran informasi yang bias dan tidak diverifikasi, yang akhirnya dapat memengaruhi kualitas opini publik yang terbentuk.

Dalam hal ini, peran lembaga seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) sangat penting untuk menjaga keutuhan informasi yang beredar di media sosial. Fungsi kelembagaan ini perlu diperkuat dengan strategi komunikasi digital yang luwes, di mana KPU dan Bawaslu tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam mempertahankan kepercayaan publik dengan mengawasi konten yang beredar di ranah digital. Penelitian ini menekankan bahwa validasi informasi yang terbuka serta kejelasan dalam penyelenggaraan pemilu menjadi elemen krusial dalam menciptakan opini publik yang sehat dan konstruktif.

Secara praktis, strategi kampanye yang mengadopsi pendekatan kreatif seperti meme politik, video singkat, dan narasi simbolik terbukti efektif dalam menjangkau pemilih secara emosional maupun rasional. Namun, efektivitas strategi kampanye ini tidak hanya seharusnya diukur dari jangkauan audiens, tetapi juga dari kualitas interaksi yang terbangun. Interaksi yang sehat dan partisipatif akan mendorong kesadaran politik yang lebih dalam, sementara interaksi yang provokatif dan memecah belah justru dapat merusak kualitas deliberasi demokratis yang menjadi dasar sistem politik yang sehat.

Studi ini juga memperkenalkan dimensi filosofis komunikasi politik digital, yang berfokus pada penggunaan bahasa, simbol, dan narasi dalam menciptakan hegemoni opini publik. Analisis yang didasarkan pada pemikiran Antonio Gramsci menunjukkan bahwa penguasaan makna dan bahasa di media sosial menjadi alat dominasi baru dalam politik digital. Oleh karena itu, memahami konteks wacana yang berkembang di media sosial sangat penting untuk membaca tren politik dan memahami dinamika partisipasi online masyarakat.

Kesimpulannya, media sosial memainkan peran krusial dalam pembentukan opini publik dan mendorong partisipasi online dalam kampanye Pilpres 2024. Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat edukasi, persuasif, dan bahkan sebagai ruang untuk pengawasan. Namun, untuk memastikan bahwa peran media sosial dalam demokrasi memberikan dampak positif, diperlukan penguatan literasi digital, tanggung jawab etis dalam komunikasi politik, serta partisipasi aktif dari lembaga terkait untuk mempertahankan integritas dan kualitas ruang digital sebagai publik yang sehat, inklusif, dan demokratis.

KESIMPULAN

Media sosial telah mengubah cara komunikasi politik secara mendasar, terutama dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Platform online kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi informal, tetapi telah menjadi alat strategis dalam penciptaan opini publik serta peningkatan keterlibatan politik. Para calon dan tim kampanye dengan aktif menggunakan berbagai platform seperti Instagram, X, TikTok, serta YouTube untuk menyebarkan pesan politik, membangun citra pribadi, dan memengaruhi pandangan publik terhadap isu-isu penting. Perubahan dalam cara komunikasi politik ini dapat dilihat dari pergeseran dari model satu arah menjadi model yang lebih interaktif dengan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat.

Proses pembentukan opini publik di media sosial memiliki sifat khas yang dipengaruhi oleh fenomena viral, keterlibatan emosional, dan personalisasi pesan. Algoritma dari platform berkontribusi pada pembentukan ruang gema yang bisa memperdalam pemisahan pandangan politik. Meskipun begitu, media sosial juga mempermudah keterlibatan politik daring melalui beragam aktivitas seperti memberikan

komentar, membagikan konten, dan berdiskusi secara online, sehingga memperluas ruang keterlibatan melampaui batas fisik dan struktural. Namun, partisipasi daring ini memiliki kerentanan terhadap manipulasi informasi, penyebaran berita tidak akurat, dan ujaran kebencian, yang menyoroti perlunya analisis kritis terhadap dampaknya pada kualitas demokrasi yang berbasis diskusi.

Kasus kampanye Pilpres 2024 menunjukkan peranan penting media sosial dalam membentuk opini publik dan meningkatkan partisipasi online. Strategi kampanye digital yang inovatif, pemanfaatan sosok berpengaruh, serta interaksi yang terjadi di platform digital menjadi faktor penting dalam memengaruhi pandangan pemilih. Meskipun demikian, tantangan seperti kurangnya pemahaman digital dan kemungkinan penyebaran disinformasi memerlukan perhatian yang serius. Dengan demikian, peningkatan pemahaman digital, regulasi yang efektif, serta partisipasi aktif dari lembaga seperti KPU dan Bawaslu dalam mengawasi konten digital sangat penting untuk memastikan bahwa media sosial memberikan kontribusi positif terhadap proses demokrasi yang sehat dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Effing, R., Van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011). Social media and political participation: are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems?. In *Electronic Participation: Third IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29–September 1, 2011. Proceedings 3* (pp. 25-35). Springer Berlin Heidelberg.
- Harimasang, N. S., & Hasyim, A. (2024). Penyebaran Misinformasi Pemilu Tahun 2024 Di Media Sosial Facebook (Grup Sultra Watch). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2).
- Howard, P. N., Savage, S., Saviaga, C. F., Toxtli, C., & Monroy-Hernández, A. (2016). Social media, civic engagement, and the slacktivism hypothesis: Lessons from Mexico's "El Bronco". *Journal of International Affairs*, 70(1).
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(1).
- Nurmi, N., & Dema, H. (2024). Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Millennial. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(2).
- Popa, S. A., Parnet, O., & Benoit, K. (2016). Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament. *Electoral studies*.
- Prasetyo, K. B., Putri, N. A., & Pramono, D. (2022). Pendidikan Politik Generasi Muda Melalui Gerakan Voluntarisme Komunitas Milenial. *Bookchapter Pendidikan Universitas Negeri Semarang*, (3).
- Romadonna, R. (2024). DINAMIKA KAMPANYE POLITIK DI ERA DIGITAL: ANALISIS STRATEGI GIMIK MEDIA SOSIAL PRABOWO GIBRAN PEMILU 2024. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(3).
- Sitompul, D. P., Sitorus, Y., Sibuea, E. G. B., & Elsi, S. D. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Perilaku Pemilih Pemula. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5).
- Tambun, F. J., Zebua, F. J., & Tambun, A. F. H. (2023). Komunikasi Antar Lembaga Dan Diseminasi Informasi Kpu Dan Bawaslu Dalam Mesukseskan Pemilu 2024. *CONTENT: Journal of Communication Studies*, 1(01).
- Wijaya, K. (2023). Dinamika Parpol Tentang Wacana Perubahan Sistem Pemilu 2024 dalam Perspektif Demokrasi. *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 1(2)