

Penggunaan Kitab Keagamaan Menjelang Pemilu 2024 di Media Sosial

Otniel Aurelius Nole

Universitas Kristen Satya Wacana

e-mail: niellarta09@gmail.com

Abstrak

Politik dan agama selalu berkelindan dan sulit untuk dipisahkan. Adapun orang-orang yang beragama adalah mereka yang terlibat dengan dunia politik. Dalam kepemimpinan, rakyat membutuhkan para pekerja yang bertanggung jawab menjadi perwakilan pada pemerintahan dengan memilih mereka melalui kegiatan yang disebut Pemilihan Umum (Pemilu). Dengan waktu yang terus berjalan, masa Pemilu 2024 tiba sebagai pesta demokrasi yang menarik perhatian. Untuk itu, para calon pemimpin berupaya sebaik mungkin untuk memperoleh dukungan lewat strategi yang apik pada masa sekarang ini, termasuk dengan mengikutsertakan penggunaan kitab keagamaan di media sosial. Ketika kitab keagamaan digunakan dalam dunia politik menjelang Pemilu 2024, pihak tertentu menilai itu sebagai hal yang tidak baik. Sedangkan, peneliti melihat penggunaan kitab keagamaan justru bersifat konstruktif. Dengan pendekatan revidu literatur, peneliti menemukan bahwa penggunaan kitab keagamaan menjelang Pemilu 2024 di media sosial adalah aktivitas yang dapat mengandung nilai positif, yaitu berkampanye politik secara sehat, memotivasi penggunaan media sosial yang baik, dan menciptakan masyarakat demokratis pada ruang publik di media sosial.

Kata Kunci: Kitab Keagamaan, Pemilu 2024, Media Sosial

Abstract

Politics and religion are always intertwined and difficult to separate. Religious people are those who are involved with politics. In leadership, the people need responsible workers to be representatives in the government by electing them through an activity called Pemilihan Umum (Pemilu). With time running out, the 2024 election period has arrived as an attention-grabbing democratic event. For this reason, prospective leaders are doing their best to gain support through slick strategies at this time, including the use of religious texts on social media. When religious books are used in politics ahead of the 2024 elections, certain parties see it as a bad thing. Meanwhile, researcher see the use of religious books as constructive. Using a literature review approach, researcher found that the use of religious books ahead of the 2024 elections on social media is an activity that can contain positive values, namely healthy political campaigning, motivating good use of social media, and creating a democratic society in the public space on social media.

Keywords: Religious Book, 2024 Election, Social Media

1. Pendahuluan

Politik adalah bidang utama yang mengontrol, mengorganisasi, dan memajukan Indonesia sebagai sebuah bangsa dan negara. Agar politik berjalan baik, maka itu dijalankan oleh penduduk melalui para pemimpin tertentu yang dipilih langsung oleh rakyat Indonesia. Adapun pemilihan mempunyai prosedur yang sistematis dan terstruktur lewat kegiatan Pemilihan Umum (Pemilu). Perihal Pemilu adalah alat dan sarana yang mewujudkan kedaulatan rakyat guna menyeleksi dan menetapkan mereka yang menjadi perwakilan dalam pemerintahan (Lubis, Gea, & Muniifah, 2022, hal. 45–47). Ketika rakyat memutuskan, rakyat juga berpartisipasi dalam mendukung tujuan Pemilu yang humanis terkait keberadaan masyarakat yang memerlukan pemimpin yang merealisasikan kemajuan negeri dan daerah (Fauziah, Bimantara, Bahrenina, & Pertiwi, 2023, hal. 57). Dengan Pemilu, kehendak rakyat tidak dibatasi dan dikekang, melainkan diberi keleluasaan berlandaskan keyakinannya.

Pemilu hadir untuk memfasilitasi kebutuhan rakyat dalam memilih para pemimpin yang bertugas dan bertanggung jawab dalam pemerintahan. Akan tetapi, sebelum Pemilu berlangsung, rakyat terlebih dahulu melihat, menelusuri, merekam, dan memahami siapa dan bagaimana calon pemimpin yang hendak dipilih nantinya (Moento, Fitriani, & Maturan, 2019, hal. 109). Semua keputusan dan hasil ditentukan oleh rakyat dalam Pemilu sebagaimana Indonesia adalah negara demokrasi (Wibowo, Wardhana, & Nurgiansah, 2022, hal. 3217–3219). Adapun Pemilu seyogianya berfokus dalam meningkatkan Indonesia sebagai negara demokrasi yang berkualitas (Boediningsih & Budi Cahyono, 2022, hal. 290). Di samping itu, tahun politik menjadi tahun yang membuat masyarakat sibuk dalam memutuskan perwakilan mereka pada aras pemerintahan lewat pemilihan umum.

Masa Pemilu 2019 telah berlalu dan rakyat Indonesia memasuki masa Pemilu 2024. Ketika itu tiba, masyarakat diharapkan berpartisipasi politik di Pemilu 2024 (Pasaribu, Gea, Hutasoit, & Lumbantobing, 2023, hal. 2654–2656), serta memantau perjalanan Pemilu 2024 agar terlibat mengajukan suara (Ramayanti, Akudra, Agustien, Wulandari, & Sari, 2023, hal. 637–638). Pemilu 2024 merupakan kegiatan politik yang urgen dalam menentukan kemajuan Indonesia di masa depan sehingga penting bagi masyarakat, secara khusus kaum muda untuk tidak golput (Iswardhana, Zakinah, Maharani, Tayan, & Nuraini, 2023, hal. 120–121). Untuk menetapkan para pemimpin dalam pemerintahan, masyarakat diharapkan untuk tidak tergoda dengan iming-iming finansial, tetapi memilih berdasarkan keyakinan pribadi (Mangngasing, Haryono, Nuraisyah, Nasrullah, & Indriani, 2023, hal. 51). Dalam Pemilu 2024, rakyat Indonesia mempunyai hak untuk menyuarakan pemilihan terhadap para calon pemimpin berlandaskan keyakinannya. Adapun para calon pemimpin tertentu sangat membutuhkan suara masyarakat dalam Pemilu 2024. Hal itu disebabkan karena ketentuan kemenangan dipengaruhi oleh kekuasaan rakyat, sebagaimana itu ciri negara demokrasi.

Para calon pemimpin mempersiapkan segala strategi untuk memenangkan Pemilu 2024, termasuk dengan keyakinan berbasis kitab keagamaan. Di samping para calon pemimpin adalah pribadi yang berkeyakinan, para calon pemimpin adalah figur yang demikian pula. Para calon pemimpin menggunakan keyakinan pribadinya berbasis kitab keagamaan demi mencapai kemenangan. Sebagai contoh, fenomena ketiga kandidat calon presiden dan wakil presiden mempunyai agama yang sama, yaitu Islam, tetapi tetap saja membutuhkan suara sebanyak-banyaknya dari sebagian besar umat muslim lewat kesalehan yang melalui perintah dalam kitab keagamaan. Apabila berfokus pada hal itu, maka bisa timbul suatu politik identitas berdasarkan keyakinan akan teks agama tertentu (Samosir & Novitasari, 2022, hal. 337–339). Di samping itu, politisasi agama terjadi ketika kitab keagamaan dipakai hanya untuk kepentingan subjektif yang dengan mudah digunakan untuk menang dan berkuasa (Al Qurtuby, 2018; Syaifullah, Widayati, & Huda, 2022), sebagaimana teks keagamaan dipandang baik

apabila tidak disinggung pada ajang Pemilu 2024 (CNN Indonesia, 2023). Apalagi media sosial menjadi sarana bagi timbulnya penilaian negatif dan kebencian ketika para calon pemimpin tertentu menggunakan kitab keagamaan terkait politik (Utami & Darmaiza, 2020).

Menimbang hal tersebut, saya justru melihat hubungan kitab keagamaan dan pemilu 2024 di media sosial itu berkorelasi bagi rakyat. Saya berargumen bahwa penggunaan kitab keagamaan menjelang pemilu 2024 di media sosial adalah aktivitas yang dapat mengandung nilai positif. Alih-alih menolak penggunaan kitab keagamaan, saya mendukung penggunaan kitab keagamaan menjelang Pemilu 2024 di media sosial yang sebenarnya mengandung nilai positif, serta pada intinya juga berbicara tentang kebaikan dan mengarah pada kebaikan sehingga mengakibatkan pada timbulnya kampanye politik yang sehat, pemanfaatan media sosial yang tepat, dan menciptakan masyarakat yang berciri demokratis. Menurut saya, amat penting menyadari eksistensi kitab keagamaan sebagai elemen yang berkelindan secara baik dalam hidup rakyat, terutama tentang keyakinan. Untuk mendukung penelitian ini, saya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan reviu literatur (*a literature review*). Kemudian, saya menyusun artikel ini dengan alur yang berisi pokok-pokok pendukung bagi argumentasi utama. *Pertama*, saya menjelaskan bagaimana kitab keagamaan digunakan untuk mendukung kampanye politik menjelang Pemilu 2024 secara sehat. *Kedua*, saya mengutarakan bagaimana penggunaan kitab keagamaan bisa bernilai positif dalam memperoleh suara lewat penggunaan media sosial. *Ketiga*, saya menerangkan bahwa penggunaan kitab keagamaan menegaskan rakyat sebagai masyarakat demokratis di media sosial sebagai ruang publik. Pada akhirnya, saya menyimpulkan isi artikel ini melalui penegasan secara garis besar.

2. Hasil Penelitian

2.1. Kitab Keagamaan dan Kampanye Politik

Menjelang Pemilu 2024, para calon pemimpin yang hendak dipilih rakyat tentu tidak berdiam diri, melainkan bergerak dan aktif dalam menarik perhatian para calon pemilih mereka. Para calon pemimpin pemerintahan pasti sudah memikirkan dengan matang alasan untuk mengabdikan pada bangsa dan negeri ini, tetapi keputusan berada di kehendak Tuhan dan rakyat. Adapun politik berbicara tentang strategi yang ampuh dan bernas. Ketika pemimpin mengetahui target yang hendak dicapai, maka langkah disiapkan sebisa mungkin dengan efisien. Tentang menarik perhatian yang ampuh dan bernas, hal yang dilakukan ialah mewujudkan komunikasi melalui kampanye politik. Kampanye politik adalah bagian dari komunikasi dalam dunia politik yang sebagian besar membahas seputar rencana dan program. Itu adalah bentuk pesan dari komunikasi politik yang mencerminkan langkah dan strategi yang mempengaruhi perhatian rakyat dalam pengambilan keputusan pribadi (Fatimah, 2018). Kampanye politik berisi upaya para calon pemimpin memperkenalkan dan mempromosikan diri untuk dipilih oleh rakyat (Putri & Dwipriandi, 2021). Tujuan kampanye politik tentu mencari dan menerima suara rakyat yang dominan. Namun, kampanye politik juga dipengaruhi oleh kepribadian dan sikap seseorang. Adapun kepribadian dan sikap individu banyak dibentuk oleh ajaran kitab keagamaan. Jadi, aspek moral-etis bersumber dari kitab-kitab keagamaan yang digunakan untuk mengembangkan diri menjadi pribadi yang *role model* dan panutan di mata rakyat.

Di sisi ekonomi, kampanye politik perlu menciptakan produk-produk yang membantu kampanye politik menjadi baik. Agar kampanye politik dapat berjalan kondusif dan efektif, para calon pemimpin tentu membuat produk yang kreatif untuk memikat perhatian. Produk kampanye politik seyogianya berguna untuk menjangkau orang secara meluas sekaligus mempromosikan diri lewat karya modern. Pada intinya, berkampanye politik memerlukan biaya yang tinggi sehingga produk

yang diciptakan juga memerlukan biaya yang tinggi. Hal yang sering dijumpai dan tampak pada memproduksi baliho dan spanduk sebagai bentuk perkenalan. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, masyarakat kontemporer juga lebih banyak menggunakan *smartphone* sehingga tertuju untuk mengakses media sosial. Sebagai akibatnya, produk kampanye politik ditambahkan melalui media sosial dengan keberadaan pamflet dan media sosial. Isi dari produk itu tentu gambar dan program dari para calon pemimpin yang bahkan menyinggung aspek kitab keagamaan. Se jauh ini, terdapat partai yang berbasis agama yang turut berkampanye politik. Walaupun partai tersebut berbasis pada agama, tetapi mempunyai jalan dan pandangan masing-masing.

Menurut saya, produk kampanye politik dipengaruhi oleh penggunaan kitab keagamaan. Karisma seorang pemimpin amat berkaitan dengan keyakinan religius. Kitab keagamaan memengaruhi gambaran seorang pemimpin yang rapi dan berwibawa lewat mengenakan pakaian (Amin & Al-Fandi, 2011, hal. 31; Duha, 2020). Hal itu pun berpotensi untuk dipublikasi di media sosial sehingga dilihat oleh rakyat. Di sisi lain, dalam kampanye politik di media sosial, kebanyakan gambar diri dari calon pemimpin pria memakai peci atau songkok yang terpampang pada pamflet dan poster, atau bahkan tayangan video yang memperlihatkan mereka berpidato sekaligus mengenakan itu. Adapun benda itu bersumber dari budaya keagamaan yang pada akhirnya dikonstruksi dan ditetapkan menjadi atribut nasional (Hadiwijaya, 2019). Jadi, kitab keagamaan memainkan peran bagi para calon pemimpin untuk menghormati tubuh dengan pakaian sehingga berimplikasi pada konten produk kampanye politik. Dengan cara demikian, mereka bisa memperoleh suara.

2.2. Kitab Keagamaan dan Media Sosial

Menjelang Pemilu 2024, suara rakyat adalah hal yang diperebutkan oleh para calon pemimpin. Sebagai negara dengan sistem demokrasi, keputusan rakyat sangat berpengaruh. Untuk merebut suara rakyat, kampanye politik membantu para calon pemimpin untuk menjangkau rakyat dengan informasi lewat media sosial. Kehadiran media sosial justru membawa perubahan bagi masyarakat untuk berbagi informasi seputar isu global dan lokal. Media sosial diciptakan untuk melengkapi kebutuhan masyarakat, terutama memberi pengetahuan tentang perkembangan dan perjalanan politik di Indonesia. Media sosial membantu dan memudahkan para pihak yang berkampanye dalam dua hal, yaitu menjangkau pendukung secara komprehensif dan mempromosikan diri dengan kreatif dan inovatif.

Sebagai contoh, media sosial berupa TikTok menjadi ladang bagi maraknya kampanye politik. Aplikasi itu hadir untuk berbagi kreativitas dan kegembiraan bagi pengguna lainnya (Stay, 2021, hal. 87). Banyak para calon pemimpin yang didukung oleh partai tertentu mempunyai akun khusus untuk berkampanye politik. Adapun kampanye politik itu tidak bersifat kaku, melainkan fleksibel dan tidak formal. Di sisi lain, banyak pengguna TikTok adalah anak muda sehingga tertarik dengan *postingan* menjelang Pemilu 2024 yang diunggah secara kreatif dan membawa gembira oleh akun partai politik tertentu dan para pendukung atau simpatisan lainnya. Pada intinya, mereka menyadari bahwa kampanye politik berpotensi menimbulkan konflik dunia maya di media sosial jika sentimen terjadi, tetapi semestinya kampanye politik harus didasarkan pada kebaikan.

Para peserta pemilu selaku rakyat yang berkeyakinan mempunyai kepercayaan bahwa kehidupan harus dilandaskan oleh nilai-nilai kemanusiaan. Landasan itu banyak dimaknai dari ajaran kitab keagamaan. Semua agama melalui kitabnya seyogianya menekankan kehidupan yang penuh kebaikan (Setyawan, 2021, hal. 39–40). Teks dan ayat kitab suci tertentu mengajak umat untuk tidak bersikap jahat. Kitab keagamaan tentu menentang keberadaan hoaks dan ujaran kebencian (Bakir, 2019;

Sunaryo, 2022). Dari hal itu, kitab keagamaan memengaruhi persepsi umat untuk berkeyakinan dalam menolak segala tindakan buruk, dan lebih wujudkan *love speech* dalam kampanye politik (Perdana, 2019). Di sisi lain, kitab keagamaan dimanfaatkan untuk mencegah *hoaks* dan ujaran kebencian yang terjadi di media sosial, terkait kampanye politik. Para pemeluk agama dapat memanfaatkan fitur media sosial yang berisi laporan bagi siapa yang menyalahgunakan media sosial. Jadi, internalisasi terhadap ajaran kitab keagamaan berimplikasi pada cara rakyat bersikap baik dalam menggunakan media sosial. Kendati masyarakat membutuhkan pemerolehan suara yang tinggi, tetapi tetap dengan melakukan prinsip yang tidak membenci dan menjatuhkan.

2.3. Kitab Keagamaan dan Masyarakat Demokratis

Dalam masyarakat demokratis, komunikasi merupakan elemen tindakan yang menegaskan relasi intersubjektif yang menghargai dan menerima (Menoh, 2015, hal. 54–55). Ciri dari masyarakat demokratis adalah hadirnya kesejahteraan bagi masyarakat itu sendiri (Khalda Berlian & Anggraeni Dewi, 2021, hal. 490–495). Kesejahteraan terjadi ketika masyarakat menerima kedaulatannya dalam mengambil dan mengeluarkan keputusan untuk memilih yang terbaik pada kerangka pemerintahan (Abbas & Dompok, 2020, hal. 48). Di samping itu, kesejahteraan itu berupa kebebasan bagi mereka dalam berdialog, berpendapat, dan bersuara di ruang publik. Apa yang menjadi keinginan dan keyakinan politis rakyat semestinya tidak boleh diintimidasi oleh oknum tertentu. Masyarakat disebut demokratis ketika keadilan, kenyamanan, dan keamanan benar-benar hadir di tengah-tengah lingkungan masyarakat.

Masyarakat demokratis adalah bagian hidup para pemeluk agama. Adapun Islam sebagai agama mayoritas memiliki pengaruh yang besar sebagai bagian dari masyarakat demokratis yang tentu berdasar pada Al-qu'ran ('Afifah, 2020). Dalam perspektif Kekristenan, ajaran Alkitab mempunyai hubungan dengan pelayanan yang umat respons dengan baik, bahwa kitab suci itu mendukung pemerintah dengan mengirim wakilnya (Hutahaean, 2021; Nole, 2023). Selanjutnya, umat Buddha memiliki keyakinan bahwa teks Tipitaka menekankan penghargaan positif dan kepemimpinan bagi eksistensi manusia (Sapardi, 2019; Wiriya et al., 2021). Kemudian, Veda yang diyakini oleh umat Hindu justru mengajarkan kepemimpinan dan keharmonisan (Jaya & Sari, 2021; Yasa, 2021). Sebagai yang bukan mayoritas, ketiga umat itu juga mempunyai kedaulatan terkait partisipasi politik. Dalam keadaan tertentu, para calon pemimpin tidak hanya berasal dari agama Islam saja, melainkan juga dari agama lain juga. Dua contoh yang menjadi fakta ketika itu terjadi di Provinsi Bali dan Sulawesi Utara. Rakyat Bali bisa berpartisipasi menjadi calon pemimpin pemerintahan dengan identitas yang beragama Hindu, sedangkan rakyat di Sulawesi Utara mampu menjadi calon pemimpin pemerintahan dari agama Kristen. Di sisi lain, rakyat yang mempunyai latar belakang berbeda mempunyai hak untuk terlibat dalam dunia politik, mengenal, dan belajar tentangnya. Pengenalan dan pembelajaran dilakukan dengan masuk ke partai politik yang disukai. Keberadaan partai politik menjadi salah satu bukti adanya masyarakat yang demokratis. Kendati demikian, rakyat lain tetap mempunyai kebebasan dalam memilih siapa pemimpinnya kelak.

Seiring perkembangan teknologi yang kian maju, media sosial adalah ruang publik itu sendiri. Sebagai ruang publik, media sosial menjadi wadah bagi pesta demokrasi untuk membagikan informasi seputar Pemilu (Harahap, 2020). Media sosial membuat rakyat memiliki kebebasan berpendapat dan itu sebagai gambaran demokrasi yang juga diikuti oleh generasi muda (Susanto & Irwansyah, 2021). Menurut saya, penggunaan kitab keagamaan digunakan untuk menekankan pentingnya demokrasi yang terjadi di media sosial. Ajaran kitab keagamaan mendukung umat untuk berpartisipasi secara

politik di media sosial sejauh itu tidak mengujarkan hoaks dan kebencian. Jadi, penggunaan kitab keagamaan seyogianya bersinggungan langsung dengan cara manusia bersikap welas asih dan kebaikan menjelang Pemilu 2024 di media sosial.

3. Simpulan

Pesta demokrasi terkait dengan kehadiran Pemilu 2024 dan masyarakat tentu memilih berdasarkan keyakinan yang seyogianya tidak golput. Para calon pemimpin mempersiapkan langkah dan strategi dalam berkampanye politik. Pada intinya, keadaan menjelang Pemilu 2024, kitab keagamaan sebaiknya digunakan atau dimanfaatkan untuk berkampanye politik secara sehat. Kitab keagamaan digunakan untuk mengarahkan umat agar menggunakan media sosial dengan kebaikan, tanpa menyebarkan kebohongan dan kedengkian ke pihak lain. Kitab keagamaan digunakan menciptakan masyarakat demokratis yang berada pada ruang publik di media sosial. Pada akhirnya, Penggunaan kitab keagamaan menjelang Pemilu 2024 di media sosial dapat berimplikasi pada nilai yang positif. Hal itu seharusnya diterima oleh masyarakat sebagai bukan penghambat atau pemecah belah, tetapi kekayaan religi yang mengandung sarat makna kehidupan.

Daftar Pustaka

- 'Afifah, F. N. (2020). Demokrasi dalam Al-Qur'an dan Implementasi Demokrasi di Indonesia. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.36781/kaca.v10i1.3060>
- Abbas, A., & Dompok, T. (2020). Dampak Demokrasi terhadap Kesejahteraan (Studi Kasus di Indonesia). *Dialektika Publik: Jurnal Administrasi Negara Universitas Putera Batam*, 5(1), 43–49. <https://doi.org/10.33884/dialektikapublik.v5i1.2417>
- Al Qurtuby, S. (2018). Sejarah Politik Politisasi Agama dan Dampaknya di Indonesia. *Maarif*, 13(2), 43–54. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i2.21>
- Amin, S. M., & Al-Fandi, H. (2011). *Etika Beribadah: Berdasarkan Alquran Dan Sunnah*. Jakarta: Amzah.
- Bakir, M. (2019). Solusi Al-Qur'an Terhadap Ujaran Kebencian: Pendekatan Maṣlaḥah Najmuddin Al-Ṭufi. *Al-Fanar: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 2(1), 75–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n1.75-92>
- Boediningsih, W., & Budi Cahyono, S. (2022). Kerjasama Antara Kelembagaan Bawaslu dan KPU dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 di Tinjau dari Hukum Tata Negara di Indonesia. *Journal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 1(4), 288–301. <https://doi.org/10.36418/locus.v1i4.48>
- CNN Indonesia. (2023). Nasaruddin Minta Peserta Pilpres Tak Eksploitasi Ayat-ayat Kitab Suci. Diambil 8 November 2023, dari CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230519170202-617-951617/nasaruddin-minta-peserta-pilpres-tak-eksploitasi-ayat-ayat-kitab-suci>
- Duha, A. D. (2020). Etika Berpakaian bagi Kaum Perempuan Dalam Ibadah Menurut I Timotius 2:9-10 dan Aplikasinya Masa Kini. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 2(2), 154–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.38189/jtbh.v2i2.32>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), Resolusi J. Sos. Polit. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Fauziah, A. R., Bimantara, C. S., Bahrenina, K. A., & Pertiwi, Y. E. (2023). Meningkatkan Kualitas Pemilu Serentak Tahun 2024 Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 3(1), 51–75. Diambil dari <https://doi.org/10.19184/jkk.v3i1.39022>
- Hadiwijaya, D. (2019). Kopiah/Peci sebagai Salah Satu Atribut Identitas Bangsa Indonesia. *Journal of Applied Science (Japps)*, 1(2), 31–40. <https://doi.org/10.36870/japps.v1i2.50>
- Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia. *Komunikologi*, 17(1), 1–11.
- Hutahaean, H. (2021). Teologi Politik Gereja: Menemukan dan Memancarkan Tritugas Gereja dalam Pilkada dan Pilpres. *Melo: Jurnal Studi Agama-Agama*, 1(1), 1–17.
- Iswardhana, M. R., Zakinah, M., Maharani, G. A., Tayan, W. G., & Nuraini, A. (2023). Kampanye Gunakan Hak Suara dan Jangan Golput Pada Pemilu 2024 untuk Generasi Muda. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat*), 3(1), 117–122. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.2014>
- Jaya, I. K. M. A., & Sari, N. M. A. E. T. R. (2021). Kitab Suci Veda Sebagai Sumber Pendidikan Budi Pekerti. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, 8(2), 105–114. <https://doi.org/10.25078/gw.v8i2.2126>
- Khalda Berlian, R., & Anggraeni Dewi, D. (2021). Urgensi Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Membentuk Negara Demokratis dan Mewujudkan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(2), 486–498. Diambil dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>
- Lubis, M. A., Gea, M. Y. A., & Muniifah, N. (2022). Penerapan Asas Pemilu Terhadap Electronic Voting (E-Voting) Pada Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 9(1), 44–56. <https://doi.org/10.31289/jiph.v9i1.6491>
- Mangngasing, N., Haryono, D., Nuraisyah, Nasrullah, & Indriani, N. (2023). SOSIALISASI PENINGKATAN KETERLIBATAN PEMILIH PEMULA PADA PEMILU 2024 DI KECAMATAN SARJO. *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)*, 2(2), 49–62. Diambil dari <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>
- Menoh, G. A. B. (2015). *Agama dalam Ruang Publik: Hubungan antara Agama dan Negara dalam Masyarakat Postsekuler menurut Jürgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Moento, P. A., Fitriani, F., & Maturan, A. Y. (2019). Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum. *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/10.35724/sjias.v8i2.2518>
- Nole, O. A. (2023). Hubungan Umat dan Pemerintah: Studi Hermeneutik terhadap Roma 13:1-7. *HUPĒRETĒS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 4(2), 140–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.46817/huperetes.v4i2.174>
- Pasaribu, J., Gea, S. D. N., Hutasoit, R. F., & Lumbantobing, A. N. (2023). Penguatan Kesadaran Politik Warga Kelompok Tani Terpadu Martubung Kecamatan Medan Labuhan Menghadapi Pemilu 2024. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2654–2657.
- Perdana, A. P. (2019). Lawan "Hate Speech" dengan "Love Speech". *Kompas.id*. Diambil dari <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/03/26/lawan-hate-speech-dengan-love-speech>
- Putri, F. A., & Dwipiandi, R. (2021). Efektivitas Kampanye Dalam Jaringan: Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Timur Sulawesi Selatan. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10, 110–130. <https://doi.org/10.20961/jas.v10i0.47645>
- Ramayanti, H., Akudra, B., Agustien, D., Wulandari, S., & Sari, Y. M. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Memantau Jalannya Pemilu 2024. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 3(5), 635–640.
- Samosir, O., & Novitasari, I. (2022). Hak Politik Warga Negara Dalam Cengkeraman Politik Identitas: Refleksi Menuju Pemilu Serentak Nasional Tahun 2024. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 2(3), 332–346. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i3.1052>
- Sapardi. (2019). MISI DAN TUJUAN HIDUP MANUSIA BERDASARKAN ANALISIS TEKS TIPITAKA. *Jurnal Pelita Dharma*, 6(1), 81–91.
- Setyawan, Y. B. (2021). Terrorism and religious fundamentalism: A biblical-Christian perspective for peacebuilding in Indonesia. *International Review of Mission*, 110(1), 27–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/irom.12352>
- Stay, J. (2021). *TikTok for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Sunaryo, F. D. S. (2022). HOAKS DAN UJARAN KEBENCIAN DALAM DUNIA DIGITAL MENURUT PANDANGAN GEREJA KATOLIK. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, & Budaya*, 1, 37–48.
- Susanto, R. D., & Irwansyah. (2021). Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian Pendapat Politik Milenial Di Era Pasca-Reformasi. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 65–77. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3249>
- Syaifulloh, Widayati, R., & Huda, A. N. (2022). FENOMENA AYATISASI DI INDONESIA (Studi Analisis Ayat-Ayat Politik). *Hikami: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 3(2), 54–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.59622/jiat.v3i2.68>
- Utami, W. W., & Darmaiza. (2020). Hate Speech, Agama, dan Kontestasi Politik di Indonesia. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 2(2), 113–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.36256/ijrs.v2i2.108>
- Wibowo, A. P., Wardhana, W. E., & Nurgiansah, T. H. (2022). Pemilihan Umum di Indonesia dalam Perspektif Pancasila. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3217–3225.
- Wiriya, M., Sekolah, T., Agama, T., Negeri, B., Wijaya, R., & Id, M. C. (2021). Politik Dalam Pandangan Agama Buddha. *Jurnal Agama Buddha dan Ilmu Pengetahuan*, 4(1), 88–102.
- Yasa, P. D. (2021). Teologi Kepemimpinan Hindu: Kepemimpinan Berlandaskan Ketuhanan. *Khazanah Theologia*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.15575/kt.v3i1.10257>