

PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA SARANA INFORMASI POLITIK

Sintyananda Gayatri ^{a,1}
Ida Bagus Canirartha Satwika ^a

^a Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

¹ Corresponding Author, email: sintyananda.gayatri11@gmail.com (Gayatri)

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 251-02-2022

Revised: 19-03-2022

Accepted: 19-04-2022

Published: 30-04-2022

Keywords:

The Role of Media,
Social Media and
Political
Information

ABSTRACT

The development of communication technology in the digital age has shifted the role of conventional media. Social media plays a role in the dissemination of information to the wider community in all fields, one of which is in the field of politics. The choice of using social media to build a strong political communication network is natural in an effort to gain support. Therefore, researchers are interested in conducting research related to the role of social media as a means of political information. Based on the background above, the research problem that can be formulated is: How is the role of social media as a means of political information. The purpose of this study is to elaborate and provide an overview of the role of social media as a means of political information. The survey was conducted for 24 hours on April 18-19, 2022 using the Google Form application that managed to collect data from 140 community respondents domiciled in Denpasar City. Data analysis is done descriptively by and looking at the percentage / proportion of respondents who answered on the choice of answers on the questionnaire. The study found that 92 respondents (65.7%) agreed that social media plays a role in helping to get political information. This was supported by 113 respondents (80.7%) who used the internet / social media in seeking political-related information. Of these, 83 respondents (59.3%) said they often access political information on social media. Fifty-eight (41.4%) chose Instagram for political information. More widely accessed political information is information on political issues (103 respondents (73.6%)). But 99 respondents (70.7%) said political information on social media was hesitant to be believed. So many as 67 people (47.9%) respondents said they were rarely provoked by political news on social media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Sebagian besar penduduk dunia telah menjadikan media sosial sebagai salah satu kebutuhan hidup yang boleh dikatakan

primer. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas di semua bidang, salah satunya dalam bidang politik. Penggunaan media sosial yang semakin kuat ini meminggirkan media massa mainstream dalam persaingan penyebaran informasi yang berhubungan dengan politik dan kekuasaan negara (Susanto, 2017). Oleh karenanya, penggunaan dan pemanfaatan media sosial harus dimaksimalkan dan disesuaikan dengan keharusannya sebagai media interaksi dan informasi.

Pilihan menggunakan media sosial untuk membangun jaringan komunikasi politik yang kuat merupakan hal yang wajar dalam upaya meraih dukungan (Anshari, 2013). Media sosial pada level massa sebagai basis suara kelompok politik, dipakai sebagai alat untuk mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat positif, seperti memberikan pembelajaran, pemahaman luas terhadap kehidupan bernegara dan menyuarakan harapan untuk kehidupan yang lebih baik. Media sosial memiliki sisi lain yang dipakai untuk mencari informasi yang bersifat negatif terhadap individu maupun kelompok yang tidak disukai, misalnya pesan yang memanasakan pertikaian antar kelompok, kebencian terhadap mereka yang tidak disukai, serta lainnya yang memicu munculnya konflik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait peran media sosial sebagai sarana informasi politik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan yaitu: Bagaimanakah peran media sosial sebagai sarana informasi politik. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguraikan dan memberikan gambaran

terkait peran media sosial sebagai sarana informasi politik. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan memberikan manfaat untuk menambah wawasan, memperkaya kasanah ilmu pengetahuan, serta dijadikan referensi atau sumber acuan dalam penelitian yang serupa bagi peneliti selanjutnya.

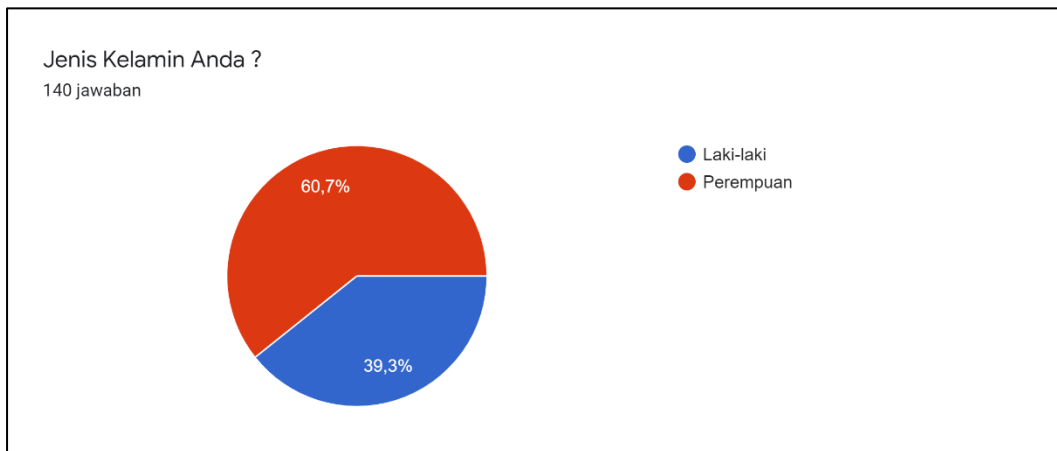
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode sampling insidental (nonprobability sampling) menggunakan media online. Survei dilakukan selama 24 jam pada tanggal 18-19 April 2022 dengan menggunakan aplikasi Google Form yang berhasil menghimpun data dari 140 orang responden masyarakat yang berdomisili di Kota Denpasar. Metode pengambilan data penggunaan media sosial dilakukan dengan mengisi kuesioner yang sebelumnya dibuat dan dimasukkan dalam aplikasi Google Form. Kuesioner yang diberikan seperti tertera pada pertanyaan pada hasil dan pembahasan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan dan melihat persentasi/proporsi responden yang menjawab pada pilihan jawaban pada kuesioner. Peneliti perlu memberikan catatan bahwa sebaran responden tidak proporsional dengan jumlah penduduk setiap kecamatan di Kota Denpasar. Namun secara umum dapat menggambarkan peran media sosial sebagai sarana informasi politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 140 orang. Secara umum distribusi responden berdasarkan jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 85 orang dengan persentase 60.7%, sedangkan laki-laki sebanyak 55 orang dengan persentase 39.3% seperti yang terlihat pada Gambar 1.

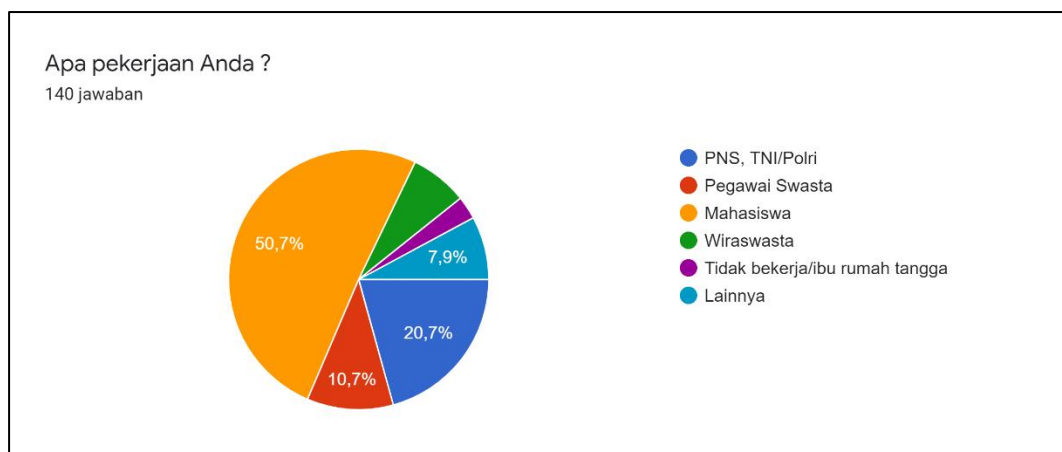
Gambar 1
Jenis Kelamin Responden



Kemudian dari pekerjaan responden, dengan jumlah paling banyak yaitu mahasiswa sebanyak 71 orang (50.7%); PNS, TNI/Polri sebanyak 29 orang (20.7%); Pegawai Swasta sebanyak 15 orang (10.7%); Lainnya sebanyak 11 orang (7.9%); Wiraswasta sebanyak 10 orang (7.1%); dan Tidak

Bekerja/Ibu Rumah Tangga sebanyak 4 orang (2.9%) seperti yang terlihat pada Gambar 2. Dikarenakan peneliti menambahkan pilihan lainnya pada kuesioner, sehingga memungkinkan responden mengisi sendiri bila pekerjaannya tidak tercantum pada pilihan dalam kuesioner.

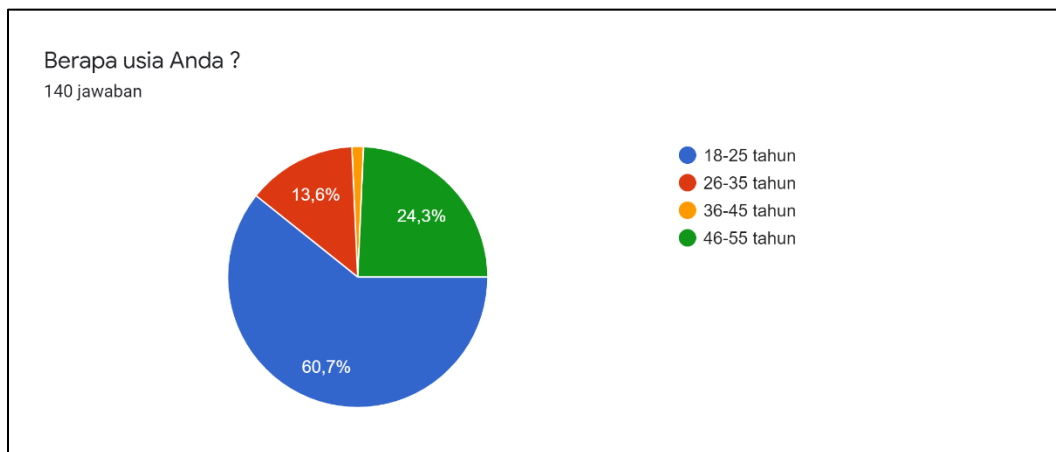
Gambar 2
Jenis Pekerjaan Responden



Umur responden dengan persentase paling banyak yaitu antara umur 18-25 tahun yaitu sebanyak 85 orang (60.7%), kemudian antara umur 46-55 tahun sebanyak 34 orang

(24.3%); umur 26-35 tahun sebanyak 19 orang (13.6%), dan umur 36-45 tahun sebanyak 2 orang (1.4%) seperti pada Gambar 3.

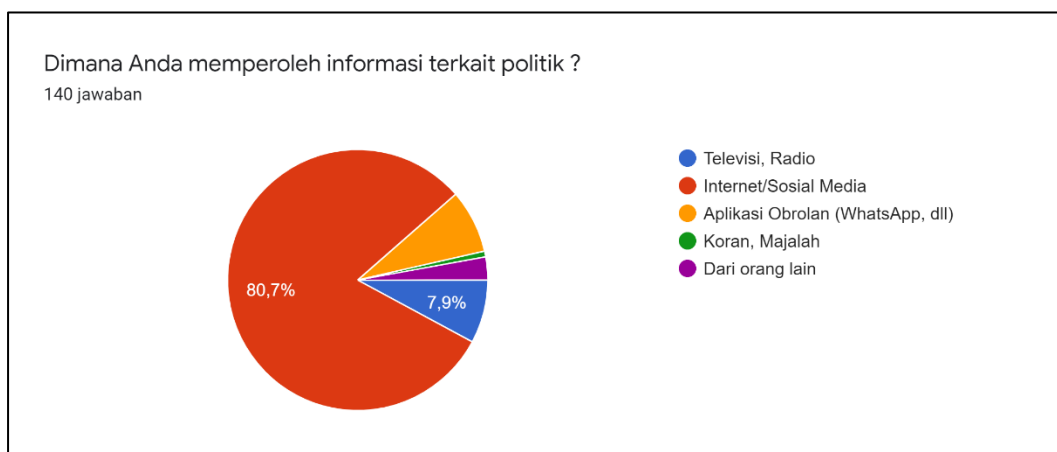
Gambar 3
Distribusi Usia Responden



Informasi terkait politik yang paling banyak diperoleh yaitu dari Internet/Sosial Media dengan jumlah 113 orang responden (80.7%) seperti pada Gambar 4. Kemudian posisi kedua yaitu melalui Televisi dan Radio sebanyak 11 orang (7.9%); dari Aplikasi Obrolan (WhatsApp, dll) yaitu sebanyak 11 orang (7.9%); dari Orang Lain yaitu sebanyak 4 orang (2.9%). Sedangkan untuk pilihan Koran dan Majalah, yaitu sebanyak 1 orang (0.7%). Survei ini sejalan dengan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia

(APJII) pada tahun 2016 memiliki data survey bahwa terdapat 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet, naik 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 yang hanya 88 juta pengguna internet (Kompas, 2016). Sehingga informasi politik yang paling banyak diperoleh yaitu melalui internet atau sosial media, karena perangkat untuk mengakses atau menggunakan media sosial semakin murah dan terjangkau oleh masyarakat meskipun dalam kualitas yang terbatas.

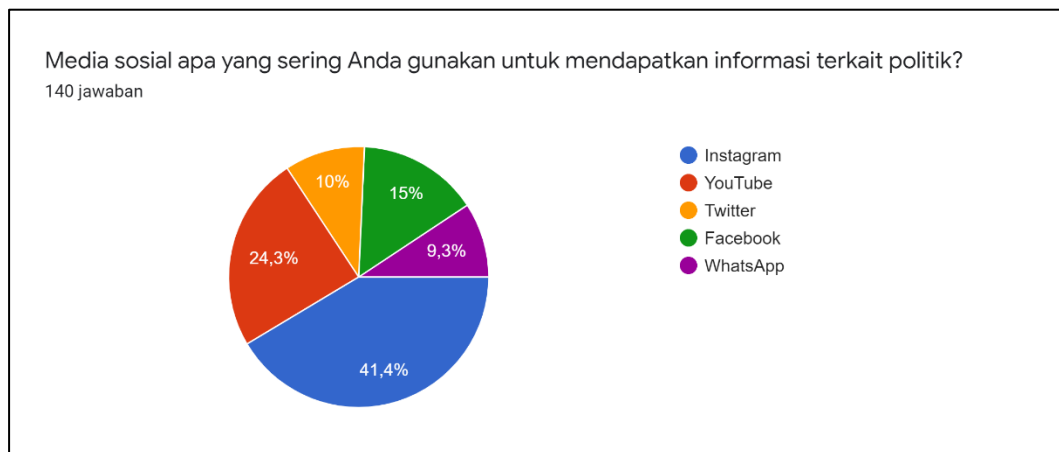
Gambar 4
Media Responden Mendapatkan Informasi Politik



Ragam media sosial yang tengah berkembang dan banyak diminati orang adalah Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram dan lain sebagainya. Dari beberapa media sosial yang ada memiliki banyak keunikan dan karakteristiknya masing – masing sebagai media penyampaian pesan. Berdasarkan hasil survei media sosial yang responden gunakan untuk mendapatkan informasi terkait politik yaitu media sosial Instagram sebanyak 58 orang (41.4%). Selanjutnya, yang memilih YouTube sebanyak 34 orang (24.3%); WhatsApp sebanyak 13 orang (9.3%);

Facebook sebanyak 21 orang (15%); dan Twitter sebanyak 14 orang (10%) sesuai pada Gambar 5. Berdasarkan hasil survei tersebut terlihat bahwa masyarakat dengan rentang usia umur 18-25 tahun cenderung memilih media sosial Instagram sebagai media untuk memperoleh informasi. Hal itu juga sesuai dengan data dari WeAreSocial.net dan Hootsuite periode January 2018 yang menyatakan Indonesia menduduki urutan ke-3 di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak yaitu 53 juta pengguna aktif Instagram.

Gambar 5
Waktu Mengakses Sosial Media



Media sosial dalam kehidupan politik di era digital memiliki peran yang penting. Berdasarkan hasil penelitian We Are Social, menunjukkan adanya peran media sosial dalam politik yaitu saat Pemilihan Presiden pada tahun 2014. Pada momentum ini, media sosial menjadi primadona. Dua kandidat Calon Presiden Jokowi-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Radjasa sadar ada segmen pemilih khusus, yaitu pemilih pemula dan muda, yang tidak dapat mereka “sentuh” kecuali dengan menggunakan perangkat yang memang mereka minati, yaitu media sosial. Keduanya menyadari pentingnya media sosial sebagai media komunikasi seperti

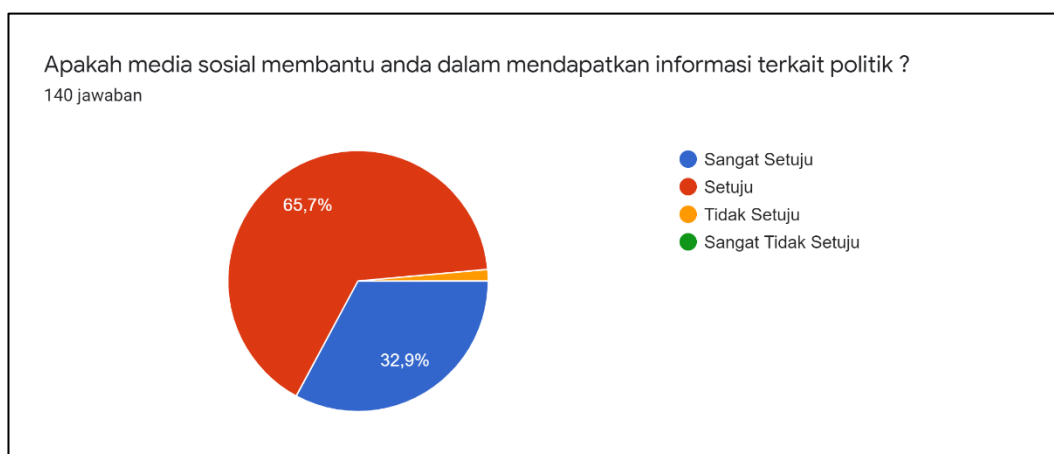
kampanye. Facebook, Instagram dan Twitter menjadi “kendaraan” komunikasi dan interaksi politik baru para caleg dan parpol dalam menyampaikan visi-misinya. Pada Pilpres 2014 ini, dari total 190 juta pemilih, 11 persen adalah pemilih pemula, sementara pemilih muda di bawah 30 tahun mencapai 30%, dan sebanyak 23% pemilih belum menentukan pilihannya. Media sosial menjadi semacam “tiket” masuk bagi para kandidat agar bisa diterima di “dunia” pemilih pemula dan muda. Jika para kandidat hanya menggunakan “tiket” konvensional (media konvensional seperti televisi, koran, poster), mereka tidak akan dapat menjangkau pemilih

pemula dan muda ini. Oleh sebab itu, peran media sosial akan semakin penting dalam politik (Pradana, 2017).

Namun ternyata upaya maksimal yang telah dilakukan para politisi dengan menggunakan media sosial demi mendapatkan perhatian pemilih pemula, tidak akan berjalan sempurna jika generasi muda sudah lebih dulu bersikap apatis dan tidak peduli pada dunia politik. Berdasarkan hasil kuesioner terdapat 83 orang (59.3%) responden yang

menyatakan jarang mengakses informasi politik di media sosial. Sedangkan responden lainnya menyatakan sering sebanyak 44 orang (31.4%); sangat sering sebanyak 9 orang (6.4%); dan tidak pernah sebanyak 4 orang (2.9%) seperti pada Gambar 6. Data tersebut menunjukkan responden yang dominan berumur 18-25 tahun yang juga termasuk pemilih pemula cenderung jarang mengakses informasi politik di media sosial.

Gambar 6'
Keseringan Responden



Media sosial mulai digunakan secara intensif dalam aspek politik sehingga memiliki konteks yang lebih spesifik. Oleh publik, media sosial dijadikan sebagai medium baru untuk mengekspresikan partisipasi politik, sementara bagi para politisi sendiri media sosial menjadi sarana baru dalam menjalin komunikasi, membangun interaksi, dan menyebarkan informasi politis kepada publik (Andriadi, 2017). Media sosial memberikan keleluasaan penuh kepada setiap warga negara untuk mengaktualisasikan partisipasi politiknya. Andriadi (2017) juga menjelaskan bahwa media sosial memberikan ruang alternatif bagi publik untuk mengekspresikan partisipasi politiknya. Salah satu yang paling korelatif dengan fakta ini adalah generasi

muda yang memang merupakan segmen sosial paling akrab dengan media sosial.

Selain itu, media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan pemilih di detik terakhir menjelang pencoblosan surat suara calon politisi. Misalnya, yang dilakukan relawan media sosial pasangan Jokowi-Kalla dengan membentuk tim pemantau hasil pemilu dan mengawal surat suara. Relawan pasangan Jokowi-Kalla memanfaatkan media sosial secara optimal untuk melakukan pemantauan dan pengawasan terhadap proses penghitungan suara, sehingga berjalan secara objektif. Ini membuktikan bahwa media sosial memiliki potensi yang besar untuk dimanfaatkan dalam politik praktis. Fenomena dan indikasi yang

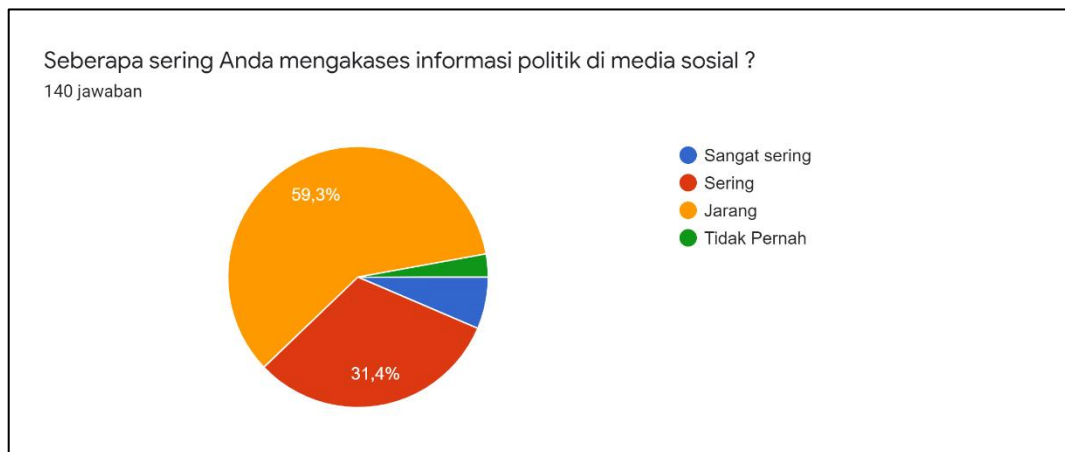
menunjukkan semakin strategisnya peran media sosial dalam demokrasi di Tanah Air semakin kuat. Peran media sosial akan semakin penting dalam politik.

Dari 140 responden, sebanyak 92 orang (65.7%) menyatakan setuju bila media sosial membantu dalam mendapatkan informasi

terkait politik. Sedangkan responden lainnya menyatakan bahwa sebanyak 46 orang (32.9%) menyatakan sangat setuju; dan sebanyak 2 orang (1.4%) menyatakan tidak setuju sesuai pada Gambar 7. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam memberikan informasi politik.

Gambar 7

Media Sosial Membantu Responden dalam Mendapatkan Informasi Politik



Melalui penggunaan internet, banyak hal dapat dilakukan dengan waktu yang relatif lebih cepat seperti mendapatkan informasi, sosialisasi gagasan, ajakan, tuntutan, hingga protes dan publikasi usulan alternatif kebijakan. Semua hal jadi terasa lebih efisien dan cepat dibandingkan harus melalui media cetak atau media penyiaran (Heryanto, 2018). Contohnya seperti media sosial berperan penting dalam sistem marketing politik di Indonesia, baik untuk pemilu legislatif, pemilu presiden, maupun pemilihan kepala daerah (pilkada) dalam mempromosikan kandidat calon politisi. Heryanto (2018) juga menjelaskan dalam menyosialisasikan kebijakan-kebijakan publik dan menciptakan kohesivitas dukungan, lembaga pemerintah, DPR, maupun institusi yudikatif juga telah banyak menggunakan internet. Begitu pun individu maupun kelompok masyarakat yang

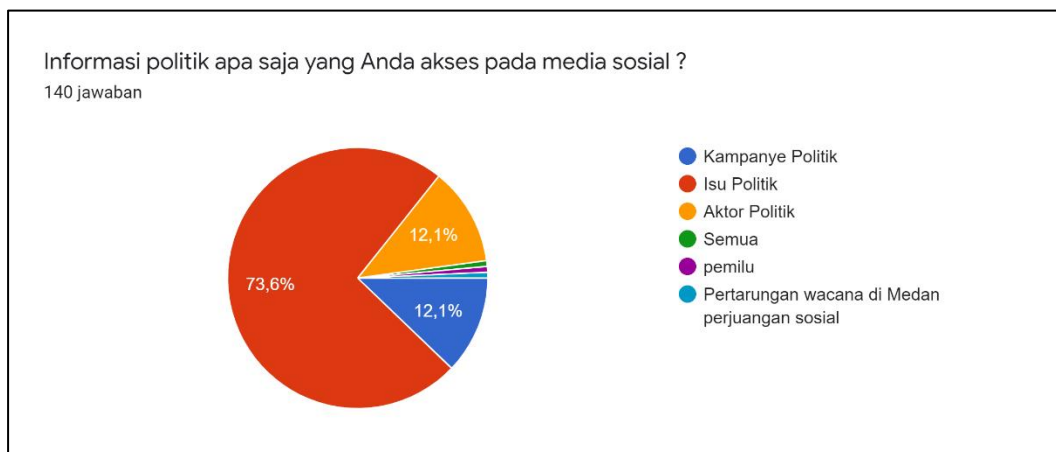
menyampaikan tuntutan, dukungan, maupun input politik lainnya, kini dengan leluasa dapat memanfaatkan internet sebagai saluran. Dinamika kehidupan sosial politik saat ini menghadirkan akses terhadap dunia informasi yang semakin terbuka.

Informasi politik yang diakses responden pada media sosial yaitu terbanyak adalah informasi tentang isu politik sebanyak 103 orang (73.6%). Sedangkan responden yang mengakses informasi kampanye politik sebanyak 17 orang (12.1%); informasi aktor politik sebanyak 17 orang (12.1%) seperti pada Gambar 8. Pada pertanyaan ini, peneliti menambahkan pilihan lainnya, sehingga memungkinkan responden mengisi sendiri bila informasi terkait politik yang dipilih tidak tercantum pada pilihan yang diberikan peneliti. Pilihan tambahan yang dituliskan responden yaitu informasi terkait

pertarungan wacana di medan perjuangan sosial sebanyak 1 orang (0.7%); informasi terkait pemilu sebanyak 1 orang (0.7%); dan 1 orang (0.7%) responden yang memilih

semua pilihan pada pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi politik yang paling sering diakses di media sosial adalah mengenai isu politik.

Gambar 8
Konten Politik yang Diakses Responden



Di era interaktif digital, produksi pesan dan citra politik malah justru menjadi hal yang rawan untuk "diganggu". Para politikus yang berlomba membentuk pencitraan baik di depan publik lewat media sosial itu tidak semata agar dikenal sebagai tokoh yang pro rakyat, namun di balik itu politikus memiliki tujuan yang lebih visioner. Tujuan dari politik media adalah dapat menggunakan komunitas masa untuk memobilisasi dukungan publik yang mereka perlukan untuk memenangkan pemilihan umum dan memainkan program mereka ketika duduk di ruangan kerja (Aminah, 2006: 38).

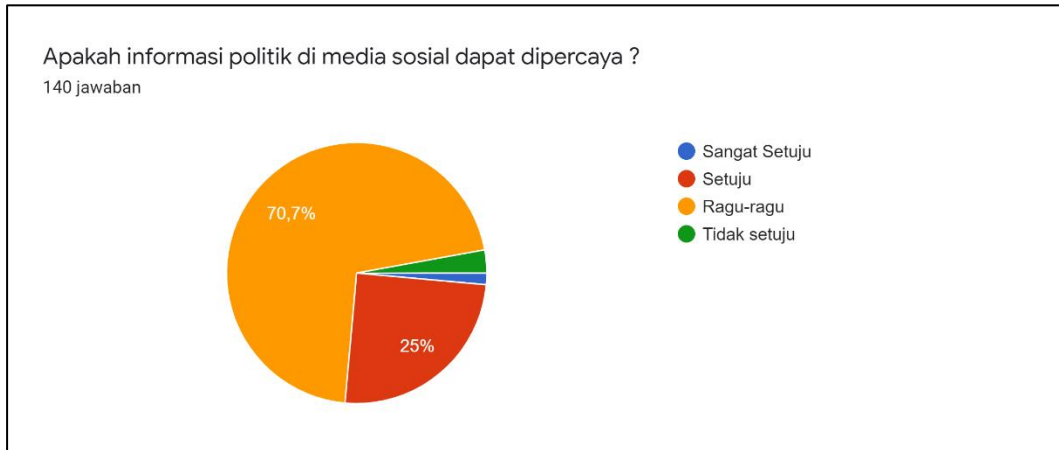
Politisi yang tengah berupaya mengembangkan pengaruhnya di hadapan publik tak ubanya berlaku sebagai aktor. Aktor politik di media sosial dibentuk oleh para simpatisan atau pendukung politikus tersebut, baik yang sama-sama memiliki kepentingan maupun hanya karena menyukainya. Pemberitaan oleh simpatisan itu mengarahkan pada pembentukan opini masyarakat untuk mendukung politisi yang

diberitakan tersebut. Sedangkan di lain pihak, pemberitaan yang bertentangan dari simpatisan berusaha untuk memudarkan kepercayaan publik terhadap politisi yang bersangkutan. Ketidak sinambungan berita yang di muat di media sosial tersebut selalu memunculkan kebingungan masyarakat tentang politik itu sendiri. Pelaku politik harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa pesan-pesan mereka akan dimodifikasi oleh pihak lain ketika pesan tersebut disampaikan melalui media sosial. Lingkungan media digital tidak menghargai integritas informasi: ketika informasi itu sudah dipublikasikan secara online, maka siapa pun bebas untuk memodifikasinya (Gurevitch, et.al, 2009). Berdasarkan hasil survei sebanyak 99 orang (70.7%) responden menyatakan informasi terkait politik di media sosial ragu-ragu untuk dipercaya seperti pada Gambar 9. Sedangkan responden lainnya yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang (25%); tidak setuju sebanyak 4 orang (2.9%); dan sangat setuju sebanyak 2 orang (1.4%) seperti pada

Gambar 9. Dalam hal ini, masyarakat Kota Denpasar cenderung ragu-ragu terhadap informasi politik yang ada di media sosial, sehingga masyarakat dituntut untuk jeli

dalam menyaring berita-berita politik yang beredar di media sosial.

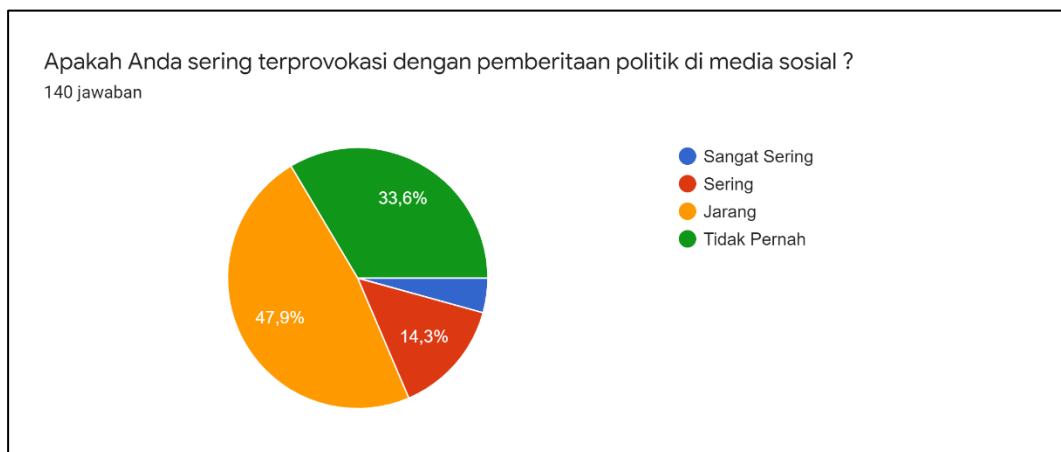
Gambar 9
Kepercayaan Responden terhadap Informasi Politik di Media Sosial



Media sosial mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pendapat masyarakat. Namun berdasarkan hasil angket, sebanyak 67 orang (47.9%) responden menyatakan jarang terprovokasi dengan pemberitaan politik di media sosial. Sedangkan responden lainnya menyatakan tidak pernah sebanyak 47 orang (33.6%); sering sebanyak 20 orang (14.3%); dan sangat sering sebanyak 6 orang (4.3%) seperti pada Gambar 10. Hal ini

menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi politik di media sosial juga mempengaruhi bagaimana masyarakat terprovokasi terhadap pemberitaan politik yang ada. Dalam survei ini responden menyatakan ragu-ragu terhadap pemberitaan politik di media sosial, sehingga mereka cenderung tidak terpengaruh atau terprovokasi terhadap pemberitaan di media sosial.

Gambar 10
. Provokasi Pemberitaan Politik di Media Sosial



SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik simpulan yaitu sebanyak 92 responden (65.7%) menyatakan setuju bila media sosial berperan dalam membantu mendapatkan informasi terkait politik. Hal tersebut didukung dengan 113 responden (80.7%) yang menggunakan internet/sosial media dalam mencari informasi terkait politik. Diantaranya sebanyak 83 responden (59.3%) menyatakan sering mengakses informasi politik di media sosial. Serta sebanyak 58 responden (41.4%) memilih Instagram untuk mendapatkan informasi politik. Informasi politik yang lebih banyak diakses yaitu informasi tentang isu politik (103 responden (73.6%)). Namun sebanyak 99 responden (70.7%) menyatakan informasi terkait politik di media sosial ragu-ragu untuk dipercaya. Sehingga sebanyak 67 orang (47.9%) responden menyatakan jarang terprovokasi dengan pemberitaan politik di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. 2006. Politik Media, Demokrasi, dan Media Politik. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik*, 19(3).
- Anshari, Faridhian. 2013. Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, ISSN 1907-898 X Volume 8, Nomor 1.
- Guervitch, Michael., Coleman, Stephen., Blumler, Jay G. 2009. "Political Communication -- Old and New Media Relationships" dalam *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 625, hal.164-182. <http://www.ensani.ir/>, diakses 22 Januari 2022.
- Heryanto, G.G. 2019. *Panggung Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Kompas. 2016. Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. Diakses dari <http://tekno.kompas.com/>

read/2016/10/24/15064727/2016, akses 22 Januari 2022.

- Pradana, Y. 2017. Peranan Media Sosial Dalam Pengembangan Melek Politik Mahasiswa. *Jurnal Civics*. 14 (2): 139-145.
- Susanto, Eko Harry. 2017. Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3, Nomor 3, hlm 379-398.
- We Are Social dan Hootsuite. 2019. *Digital 2019: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>