

Penggunaan Media Sosial di Masa Pemilu 2024 Dalam Mempengaruhi Integrasi Bangsa

Baiq Khaerunnajah¹, Baiq Aqila Qistina², Aola Saptini^{3*}, Nurhasanah⁴

¹²³⁴Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Correspondence Author Email: aolasaptini@gmail.com

Abstrak

Pesatnya kemajuan teknologi informasi berbasis internet membuat kehidupan manusia tidak terlepas dari media sosial. Berkembangnya teknologi yang sangat pesat memudahkan seseorang untuk berbagi informasi apapun, dimana pun dengan siapa pun melalui platform whatsapp, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dan lain-lain. Dalam konteks pemilu 2024, media sosial dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan informasi, aspirasi, dan mobilisasi dukungan. Namun penggunaan media sosial juga dapat membahayakan inetgrasi bangsa. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana interaksi melalui platform di media sosial dapat memperkuat dan melemahkan kesatuan dan keharmonisan antar masyarakat. Metode yang digunakan adalah metode studi kepustakaan, dengan menggunakan sumber data dari sumber literatur dari artikel berita dan artikel jurnal. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa penggunaan media sosial di masa pemilu 2024 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap integrasi bangsa.

Kata kunci: Media sosial, Pemilu 2024, Integrasi bangsa

Abstract

The message is that advances in internet-based information technology mean that human life cannot be separated from social media. The very rapid development of technology makes it easier for someone to share any information, anywhere with anyone via the WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter and other platforms. In the context of the 2024 election, social media is used as a tool to convey information, aspirations and mobilize support. However, the use of social media can also endanger national integration. Therefore, the aim of this research is to understand how interaction through social media platforms can strengthen and form unity and harmony between communities. The method used is the library study method, using data sources from literature sources from news articles and journal articles. The results of this research state that the use of social media during the 2024 election has a significant influence on national integration.

Keywords: Social Media, 2024 Election, National Integration

Article History:

Submitted: 23 Mei 2024

Revised: 31 Mei 2024

Accepted: 2 Juni 2024

PENDAHULUAN

Saat ini, media teknologi berkembang sangat pesat. Produk teknologi yang banyak digunakan masyarakat adalah internet. Masyarakat sebelumnya berkomunikasi secara tatap muka namun kini masyarakat berkomunikasi di dunia maya atau melalui media sosial. McGraw Hill Dictionary mengemukakan bahwa media sosial merupakan sarana dimana masyarakat dapat berkomunikasi satu sama lain dengan berkeasi, berbagi dan bertukar informasi maupun ide dalam jaringan dan komunikasi virtual. Misalnya menggunakan Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Tik Tok dan sebagainya. Media sosial menjadi saluran akses informasi

dalam berbagai bidang, yaitu pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, dan juga politik (Nuraeni et al., 2024).

Pada saat ini, pemanfaatan media sosial menjadi faktor penting dan suatu yang tidak terpisahkan dalam dinamika politik, termasuk dalam konteks pemilihan umum. Dalam Pasal 1 Ayat 1 UU No. 7 Tahun 2017 menyatakan bahwa “Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu merupakan sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, anggota Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Lubis et al., 2022).

Menjelang masa pemilu 2024, media sosial digunakan sebagai alat penyampaian informasi, aspirasi, dan mobilisasi dukungan. Namun media sosial juga bisa menjadi penyalur penyebaran informasi palsu (hoax) atau provokatif sehingga membutuhkan pengawasan dan literasi digital yang tinggi. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Insani et al. (2024) bahwa Media sosial memainkan peran penting dalam proses pemilu dan demokrasi, memberikan sejumlah manfaat yang signifikan, seperti akses informasi, interaksi, partisipasi, dan desentralisasi informasi. Namun, dalam konteks post-truth, media sosial juga menjadi tempat di mana tantangan besar muncul. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang tidak benar atau berita palsu (hoax) dengan cepat.

Luasnya penyebaran berita palsu (hoax) atau propaganda ini dapat memicu ketegangan antar berbagai kelompok etnis, agama, budaya yang berpotensi merusak integrasi bangsa. Integrasi bangsa adalah upaya untuk mengatasi perbedaan suku, golongan, ras, dan agama (SARA), sehingga keberagaman ini menjadi kekuatan bagi Indonesia apabila diterima dengan tulus untuk saling menerima dan menghormati dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia (Awaliyah et al., 2021).

Dari pernyataan di atas, penelitian ini dapat menambah dan menggali lebih dalam tentang pengaruh penggunaan media sosial di masa pemilu 2024 terhadap integrasi bangsa. Dengan melihat bagaimana media sosial berperan penting dalam membentuk opini publik, mempengaruhi persepsi politik, dan mempengaruhi hubungan antar masyarakat, sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana interaksi melalui platform di media sosial dapat memperkuat dan melemahkan kesatuan dan keharmonisan antar masyarakat.

METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Studi kepustakaan adalah metode untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu masalah dengan mengumpulkan informasi dari beragam sumber, seperti buku, jurnal, literatur, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pencarian analisis dari sumber literatur seperti artikel berita dan artikel jurnal. Langkah awal dalam pendekatan studi kepustakaan yaitu

mengenali sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian, kemudian menganalisis atau menelaah sumber tersebut, sehingga hasil analisis atau telaah digunakan untuk mendukung argumen dan kesimpulan yang diungkapkan dalam artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan parlemen identik dengan penggunaan media dalam kampanye pasangan calon peserta pemilu. Perkembangan di masyarakat menimbulkan banyak permasalahan karena terbatasnya informasi yang tersedia. Media sosial dimanfaatkan untuk menentukan kejelasan informasi yang tersedia, sehingga penggunaannya harus bisa memilah informasi dengan bijak.

Seiring berjalannya waktu, remaja dikenal sebagai pengguna media sosial, dan dapat dikatakan bahwa kecanduan mereka terhadap penggunaan internet dan telepon seluler hampir 24 jam dalam dunia online yang seakan tidak ada batasnya. Apalagi media sosial dapat digunakan dimana saja dan kapan saja dengan bermodalkan ponsel. Salah satu pemanfaatan media sosial yaitu periklanan. Penelitian ini mengkaji bagaimana persepsi baru pemilih terhadap penggunaan media sosial sebagai alat kampanye di pemilu 2024.

Membuat konten media sosial dapat mempengaruhi opini masyarakat, yang menentukan perilaku politiknya. Kekuatan media sosial yang disampaikan melalui konten politik yang menarik bukanlah fenomena baru, terutama di negara-negara yang tingkat literasi politiknya sangat tinggi. Hashtag terkait pemilu tidak jarang terjadi di Indonesia. Faktanya, di Amerika Serikat, tagar "Make America Great Again" merupakan contoh nyata bagaimana media sosial online telah menjadi platform komunikasi dan kampanye politik yang penting pada pemilihan presiden AS tahun 2016. Tagar ini menandai dimulainya media sosial dan kampanye media secara besar-besaran, dan pada saat yang sama, hashtag berfungsi sebagai pengingat bagi calon pemilih pada pemilu berikutnya (Dania & Nisa, 2023).

Untuk memenangkan pemilu, calon, atau kelompok partai yang diusunginya harus menerapkan strategi politik (kampanye). Dukungan dapat diterapkan semaksimal mungkin di semua saluran, termasuk media sosial. Hal tersebut wajar terjadi kepada pemilih milenial sebagai pemilih yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Maka tidak salah bila media sosial dimanfaatkan sebagai alat komunikasi politik calon hingga politik pemilih muda.

Media Sosial di Masa Pemilu 2024

Kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan dari media sosial saat ini. Media sosial merupakan platform atau alat komunikasi online yang memungkinkan pengguna terlibat dalam aktivitas sosial, berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi konten melalui internet (Suling, 2024). Pemerintah mengeluarkan undang-undang no. 19 Tahun 2016 informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur tentang penggunaan Internet yang baik dan benar serta perlindungan hukum yang ditawarkan. Berbagai macam platform media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Tik Tok, Telegram, Twitter, dan lainnya dapat digunakan di Indonesia. Ini

merupakan media sosial yang banyak digunakan di Indonesia awal 2024 (Annur, 2024)

Whatsapp adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya berbagi file, video, audio, gambar dan dapat melakukan panggilan video dan suara secara gratis (Andamisari, 2021). Aplikasi ini juga menawarkan fitur grup dimana pengguna dapat membuat grup untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga. Whatsapp akan menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Mayoritas pengguna internet Indonesia yang berusia 16-64 tahun atau 90,9% merupakan pengguna terdaftar aplikasi whatsapp (Annur, 2024).

Instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia, dengan 85,3% pengguna (Annur, 2024). Instagram merupakan salah satu media yang memiliki karakter yang menonjol pada tampilan gambar maupun video. Aplikasi instagram sangat berguna di berbagai momen kehidupan, mengikuti tren, dan dapat digunakan sebagai platform periklanan.

Facebook merupakan suatu aplikasi media sosial yang saat ini digemari oleh banyak kalangan pria ataupun wanita, muda ataupun tua, dan juga kalangan ekonomi bawah hingga atas. Facebook merupakan media sosial ketiga yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia, dengan pangsa pengguna 81,6% (Annur, 2024).

Tiktok adalah media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dari berbagai segmen. Aplikasi media sosial ini berasal dari Tiongkok yang dirilis pada September 2016 yang merupakan jejaring sosial dan platform video musik. Saat ini, tiktok tidak hanya sebagai media hiburan, akan tetapi dapat dimanfaatkan sebagai tempat promosi. Pengguna tiktok di Indonesia mencapai 73,5% (Annur, 2024).

Telegram memungkinkan pengguna membuat grup dan saluran serta berbagi foto, file, video, dan pesan,. Selain itu, Telegram juga menawarkan opsi untuk mengirim pesan terenkripsi end-to-end yang berguna untuk privasi dan keamanan. Di Indonesia, proporsi pengguna aplikasi Telegram sebesar 61,3% (Annur, 2024).

Twitter memungkinkan pengguna untuk mengirim tweet, yakni pesan singkat dengan batas karakter, dan mengikuti akun orang lain serta melihat apa yang mereka tweet. Twitter sangat berguna untuk mendapatkan informasi terkini, mengikuti tren terbaru, dan dijadikan sebagai media promosi. Di Indonesia, pengguna aplikasi twitter mencapai 57,5% (Annur, 2024).

Dalam konteks pemilu 2024 media masa, termasuk media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi politik, berisi pesan-pesan politik dan aktor politik atau terkait dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintahan. Berkembangnya teknologi yang sangat pesat ini memudahkan seseorang untuk berbagi informasi apapun, dimana pun dengan siapa pun melalui platform whatsapp, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dan lain-lain. Sesuai dengan pendapat Suryo, Herning and Aji, 2020 dalam (Wulandari et al., 2023) bahwa dengan perangkat media yang terkoneksi dengan Internet, kini segala jenis informasi semakin mudah diakses dari mana saja, baik itu berita, pendidikan, politik, hiburan, ekonomi, atau sebagainya. Materi di media sosial dapat memengaruhi masyarakat dan berpotensi membentuk perilaku politik mereka. Menurut Siagian (2015) dalam

proses komunikasi politik, ternyata bagi setiap individu, keyakinan atau ideologi, termasuk agama dan tradisi, merupakan pengaruh yang paling kuat dalam menentukan sikap politiknya.

Dikutip dari berita kompas (2023) bahwa konsumsi informasi pemilu di media sosial lebih tinggi dibandingkan saluran media lain seperti media online dan televisi. Untuk media daring, terdapat sekitar 23,9 persen responden yang mengaku sering mengakses media online untuk mengetahui informasi pemilu. Angka konsumsi konten pemilu di televisi justru relatif lebih tinggi dibandingkan dengan media daring. Terdapat 29,6 persen responden yang mengaku sering menonton televisi untuk mengetahui informasi pemilu. Di antara tiga jenis media, konsumsi media daring paling kecil. Lebih dari 45 persen dari responden survei kali ini menyatakan tidak pernah mencari informasi terkait dengan pemilu melalui kanal berita daring. Angka ini lebih besar dibandingkan dengan media sosial (31,9 persen) dan televisi (23,6 persen).

Pengaruh Penggunaan Media Sosial di Masa Pemilu 2024 Terhadap Integrasi Bangsa

Pada dasarnya media sosial di masa pemilu 2024 memiliki pengaruh baik dan pengaruh buruk terhadap integrasi bangsa. Ada beberapa hal yang harus disikapi oleh pengguna media sosial agar tidak terdampak dengan media sosial yang banyak menyebar hal baik positif maupun negatif, terutama menjelang masa pemilu 2024 ada banyak konten-konten yang memberikan pengaruh, banyak konten di media sosial berupa ujaran kebencian, informasi berbau fitnah, penyebaran berita palsu (hoax), maka ada beberapa pengaruh media sosial terkait pemilu: *Pertama*) Maraknya konten-konten kebencian, fitnah, berita palsu (hoax), dan isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan), ini dapat mengancam tali persaudaraan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Konten seperti ini bisa menyebabkan permusuhan dan perpecahan pada masyarakat dan akan berpengaruh pada rusaknya persatuan dan kesatuan bangsa. Spendapat dengan Gustrinada dalam (Insani et al., 2023) bahwa berita bohong (hoax) tidak hanya merugikan kewarasan pemilih dalam pemilu, namun juga dapat mendelegitimasi pemilu bahkan mencederai nilai-nilai kerukunan sosial dan berujung pada keruntuhan bangsa. Selain itu, terdapat resiko polarisasi di media sosial yang dimana pendukung berbeda saling berhadapan secara online sehingga dapat meningkatkan potensi konflik dan ketegangan antar kelompok masyarakat.

Di sisi lain, media sosial dapat meningkatkan partisipasi politik, memungkinkan dialog antarwarga negara, dan memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih luas dan interaksi politik melalui media sosial dapat memicu persepsi di kalangan masyarakat, khususnya persepsi politik. *Kedua*) Observasi politik mengacu pada deskripsi suatu objek tertentu, baik dengan informasi tentang sesuatu, dengan deskripsi suatu objek atau situasi politik dengan cara tertentu. Sebagai informan yang mempunyai cara berpikir berbeda, maka konten media sosial yang diresponnya menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda. Di negara-negara dengan partisipasi politik yang paling rendah, memandang konten politik di media sosial sebagai hal biasa dan berasumsi bahwa konten yang dibuat oleh kandidat politik tidak

mempengaruhi perilaku politik warga negara dalam pemilu. Di antara mereka yang meyakini hal ini adalah mereka yang memiliki literasi politik rendah dan masih percaya bahwa cara terbaik menggunakan modal untuk memenangkan kontes politik adalah melalui penggunaan kebijakan moneter.

Menurut Awaliyah et al (2021) keberadaan media sosial mempunyai beberapa faktor penyebab perubahan sosial (2009:275-282) Secara umum penyebab perubahan sosial budaya terbagi menjadi dua kelompok besar, yaitu: Perubahan yang berasal dari masyarakat itu sendiri dan perubahan yang berasal dari luar masyarakat, yang salah satunya yaitu pengaruh kebudayaan masyarakat lain. Adanya komunikasi langsung antara suatu komunitas dengan komunitas lainnya menimbulkan saling pengaruh. Selain itu pengaruh dapat terjadi melalui komunikasi satu arah yaitu komunikasi publik dengan komunikasi massa. *Ketiga*) Integrasi bangsa yang berdampak negatif seperti, 1. Menghindari individu lain dan sebaliknya. Orang-orang yang terperangkap dalam jaringan sosial akan menghiraukan individu lain dalam kehidupan sehari-hari; 2. komunikasi langsung secara visual semakin berkurang karena media sosial semakin memudahkan komunikasi sehingga akan timbul rasa enggan untuk bertemu dengan individu lain. 3. Orang-orang akan ketergantungan menggunakan Internet karena kepraktisan dan kemudahan dalam menggunakan platform media sosial. 4. Mudah dipengaruhi oleh pengaruh buruk orang lain. Seperti dalam kehidupan sehari-hari, kita akan mudah terpengaruh oleh individu lain jika kita tidak pandai dalam menjaga pergaulan dilingkungan sekitar. 5. Masalah privasi dengan media sosial, materi yang kita posting akan terlihat oleh individu lain, sehingga dapat mengungkapkan persoalan pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak memposting hal-hal yang bersifat privasi di platform media sosial. 6. Menimbulkan Konflik. Media sosial memungkinkan setiap individu mengutarakan pendapat, pandangan, ide, dan lain-lain, akan tetapi ketergantungan sringkali mengakibatkan kemungkinan terjadinya konflik yang akhirnya berujung pada perpisahan.. Kita tahu bahwa media sosial mempunyai dampak negatif dan positif. Oleh karena itu, media sosial harus dimanfaatkan sebaik-baiknya. Dengan pengaruh budaya asing yang mudah masuk ke Indonesia harus disaring dengan baik untuk menjaga integrasi bangsa.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial di masa pemilu 2024 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap integrasi bangsa. Pengaruh media sosial ini tergantung bagaimana masing-masing orang menggunakan dan menyikapi media sosial. Apabila media sosial ini dikelola dengan bijaksana dan penuh tanggung jawab maka dapat memberikan pengaruh baik terhadap integrasi bangsa. Sebaliknya, jika media sosial disalahgunakan, seperti menyebarkan konten kebencian, fitnah, berita palsu (hoax), dan isu SARA maka dapat menyebabkan permusuhan dan perpecahan antar masyarakat sehingga memberikan pengaruh buruk terhadap integrasi bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 5(1), 66–72.
- Annur, C. M. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks.
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7868–7874.
- Dania, R., & Nisa, P. K. (2023). Peran Dan Pengaruh Media Sosial Dalam Kampanye Pemilihan Presiden 2024. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 3(2), 103–109.
- Insani, S. C., Khuzaimah, N. A. Z., Maryadi, V. Z. D., & Hafizha, T. A. (2023). Meninjau Etika Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial Di Masa Pemilu Menggunakan Etika Media Sosial. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral*, 2023, 1–25.
- 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.
- Nuraeni, Lupki, & Jafar, M. (2024). Peran Media Sosial Dalam Demokrasi Masa Kini. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 216–222.
- Sakti, R. E. (2023). *Media Sosial Pengaruhi Pemilih pada Pemilu 2024*.
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Al-Khitabah*, 11(1), 17–26.
- Suling, D. R. (2024). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH PESERTA PEMILU PADA MASA TENANG (PELANGGARAN PEMILU ATAU KEBEBASAN BEREKSPRESI). *JUSTNESS Jurnal Hukum Politik Dan Agama*, 4(01), 1–15.
- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. *Avant Garde : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(01), 134–147.