

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK PERSEPSI PEMILIH PADA PEMILU 2024
(STUDI DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH)**

Oleh:

Efsi Laorensa¹⁾, Evsa Wulan Suri²⁾, Rahiman Dani^{*3)}

Program Studi Administrasi Publik FISIPOL Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu Indonesia

Informasi Artikel

Tulisan dikirim

Tanggal 24-Mei-2024

Tulisan direvisi

Tanggal 10-Juni-2024

Tulisa diterima

Kembali tanggal 30-Juni-2024

Korespondensi penulis

Email :

danirahiman@gmail.com

Kontak Seluler:

08552 7990 5606

Abstract

Social media has become a major platform where political information is widely disseminated and interaction between users is increasing. This research explores how political content, including fake news and public opinion, can influence voter perceptions. This research uses a qualitative approach using descriptive methods. The data collection is in the form of primary data and secondary data. . The results show that social media has great potential to influence voters quickly and on a large scale, thereby significantly influencing election outcomes. Presidential elections are an important political process in implementing democracy in a country. In the increasingly digital era, social media has played a significant role in the political campaign process. This research aims to investigate the role and influence of social media in the upcoming presidential election campaign in 2024. This study uses a descriptive qualitative approach to collect data about the use of social media in the presidential election campaign. The research results show that social media has become an effective means for presidential candidates and campaign teams to convey their political messages to potential voters.

Keywords:

Social Media, Public Perception, Campaign.

Abstrak

Media sosial telah menjadi platform utama di mana informasi politik tersebar luas dan interaksi antarpengguna meningkat. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana konten politik, termasuk berita palsu dan opini publik, dapat memengaruhi persepsi pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk memengaruhi pemilih dengan cepat dan dalam skala besar, sehingga mempengaruhi hasil pemilu secara signifikan. Pemilihan presiden merupakan suatu proses politik yang penting dalam menjalankan demokrasi di sebuah negara. Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah memainkan peran yang signifikan dalam proses kampanye politik. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran dan pengaruh media sosial dalam kampanye pemilihan presiden yang akan datang pada tahun 2024. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan data tentang penggunaan media sosial dalam kampanye pemilihan presiden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana yang efektif bagi kandidat presiden dan tim kampanye untuk menyampaikan pesan politik mereka kepada pemilih potensial.

Kata kunci:

Media Sosial, Persepsi Masyarakat, Kampanye.

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi alat yang kuat dalam kampanye politik. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menargetkan audiens tertentu, kandidat politik dapat menyampaikan pesan mereka secara efektif kepada pemilih (Sakti et al., 2023). Selain itu, media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mendengar masukan mereka, dan menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan respons yang diterima (Bachri, 2022). Namun, media sosial juga membawa tantangan, seperti penyebaran informasi palsu atau hoax, yang dapat mempengaruhi persepsi pemilih. (Faradis et al., 2023).

Menjelang Pemilihan Umum Presiden 2024 penggunaan media sosial menjadi target utama dalam menggiring opini publik untuk membentuk citra politik (Mukhsid, 2015). Adapun isu-isu dari ketiga paslon yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo:

- a. Anies Baswedan disebutkan di media sosial bahwa capres tersebut hanya pintar berbicara padahal tidak ada hasil, janji-janji palsu.
- b. Prabowo Subianto disebutkan di media sosial melanggar HAM.
- c. Ganjar Pranowo disebutkan di media sosial pengurus partai.

Untuk memastikan bahwa informasi yang diterima adalah akurat dan dapat dipercaya dalam konteks pemilihan presiden, literasi digital masyarakat sangat penting (Pratama, 2019). Namun demikian, meskipun media sosial memiliki potensi yang luar biasa, terdapat juga masalah yang harus diatasi. Salah satunya adalah masalah hoax atau berita palsu yang berkembang pesat di media sosial (Fitriarti, 2019). Hoaks dapat memengaruhi persepsi masyarakat dan dapat mengganggu stabilitas politik, terutama saat pilpres sedang berlangsung. Oleh karena itu, literasi digital merupakan salah satu cara untuk mengatasi

masalah ini (Fitriarti, 2019). Sangat penting untuk memahami dengan baik bagaimana kandidat capres memanfaatkan media sosial dan bagaimana masyarakat meresponsnya (Purnawan, Mardianto, et al., 2023). Fokus penelitian ini adalah peran media sosial dalam pemilihan presiden 2023, dengan penekanan khusus pada cara kandidat capres berkomunikasi dan bagaimana masyarakat menanggapi. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik, penelitian ini akan mengkaji literatur terkait melalui pendekatan studi literatur.

penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial terhadap orientasi politik pemilih pemula. penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi politik pemilih pemula. Pemilih pemula cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik utama mereka dan sebagai tempat untuk berinteraksi dengan pandangan politik yang sejalan dengan keyakinan mereka. Selain itu, media sosial juga mempengaruhi persepsi pemilih pemula terhadap isu-isu politik dan kandidat. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa pengaruh media sosial terhadap orientasi politik pemilih pemula tidak bersifat homogen. Terdapat variasi dalam cara pemilih pemula menggunakan dan merespons informasi politik yang diperoleh dari media sosial. Faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap sumber informasi, orientasi politik sebelumnya, dan karakteristik individu dapat mempengaruhi sejauh mana media sosial memengaruhi orientasi politik pemilih pemula.

Persepsi menurut Gibson (Alhogbi et al., 2018) adalah sebagai proses kognitif yang digunakan oleh seseorang untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya. Setiap orang memiliki berbagai macam isyarat yang mempengaruhi persepsinya terhadap orang, objek, dan tanda.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif (Purnawan, Suri, et al., 2023). Menurut Creswell & Poth, (2016) metode penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Hasil dan Pembahasan

1. Peran media sosial dalam membentuk persepsi pemilih pada pemilu

1. Affordances

Affordances dalam teori persepsi Gibson mendefinisikan kemampuan platform media sosial bagi penggunanya untuk melakukan tindakan tertentu. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten, berkomunikasi dengan orang lain, bergabung dengan komunitas, mengkonsumsi informasi, berbelanja, dan melakukan transaksi. Affordances ini dapat memengaruhi cara orang berpikir, berperilaku, dan berinteraksi dengan dunia. Pengguna harus memahami affordances ini dan menggunakan media sosial dengan cara yang aman, bertanggung jawab, dan etis.

Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 03 Juni 2024 yang bertempat di Kantor Dinas Kominfo Kabupaten Bengkulu Tengah, Dina Betrasari selaku Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tentang Apakah selama pemilu Capres menggunakan media sosial sebagai alat kampanye pemilihan.

“selama ini yang saya lihat selama saya menjabat di Diskominfotik setiap pemilu para calon selalu menggunakan media sosial sebagai alat bantu berkampanye karena pada zaman digital saat ini para

pemilih sudah mempunyai akun sosial media dan diakses setiap hari jadi para tim pendukung calon menyebarkan visi misi dan rencana yang akan dilakukan setelah terpilih di media sosial, hal itupun menjadi keuntungan bagi para calon”. (Sumber:Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Sama halnya dengan yang saya tanyakan kepada Hendri selaku Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024 tentang Apakah selama pemilu Capres menggunakan media sosial sebagai alat kampanye pemilihan.

“ Selama ini media sosial sangat berperan selama pemilu karena mudah diakses dan tidak menghabiskan waktu dan tenaga untuk berkampanye secara langsung di pelosok desa, hal ini memudahkan para calon menyampaikan ide dan gagasannya masing-masing” (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Saya pun bertanya dengan JM selaku pemilih pada tanggal 03 Juni 2024 apakah media selama pemilu capres menggunakan media sosial sebagai alat kampanye pemilihan.

“Iya, media sosial telah menjadi alat kampanye yang sangat penting dalam pemilihan umum, termasuk pemilihan presiden atau capres. Pada zaman sekarang, kandidat dan tim kampanye mereka menggunakan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk mencapai pemilih potensial secara langsung. Media sosial memungkinkan capres untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih, mengumumkan kebijakan, mempromosikan diri mereka, dan merespons isu-isu terkini dengan cepat. Strategi kampanye digital ini juga memungkinkan untuk segmentasi target yang lebih baik dan analisis

respons pemilih secara real-time". (Sumber : Hasil Wawancara pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

Lalu saya tanyakan pertanyaan kedua kepada DB tentang bagaimana tanggapan Anda sebagai kepala bidang komunikasi dan informasi publik di kominfo dengan adanya kampanye capres di media sosial.

" Saya merasa lebih terinformasi dan terlibat karena akses langsung ke visi dan misi capres, serta kesempatan untuk berinteraksi melalui komentar dan pesan langsung. Namun, ada juga yang bersikap skeptis terhadap kampanye di media sosial, terutama jika dianggap tidak otentik atau terlalu agresif. Media sosial juga bisa memicu polarisasi, memperkuat pandangan yang sudah ada, dan mengubah opini melalui diskusi intens. Pemilih muda, yang lebih aktif di platform ini, cenderung lebih terpengaruh oleh kampanye yang kreatif dan menarik. Secara keseluruhan, kampanye di media sosial meningkatkan visibilitas dan keterlibatan capres dengan pemilih, meskipun tantangan terkait akurasi informasi tetap ada ".(Sumber:Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Sama dengan DB, pertanyaan yang saya ajukan kepada HD tentang dengan adanya kampanye capres di media sosial.

" Kalo saya sih lebih suka kalo ada capres yang kampanye di media sosial apalagi dengan menggunakan platform TikTok karena lebih seru dan lebih kreatif, dan para pendukungnya pun asik suka membuat video-video lucu tentang pilihannya. Saya pun lebih mudah mengetahui tentang informasi yang disampaikan para capres ".(Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Adapun hasil wawancara dari pemilih, JM memberikan jawaban

"Kampanye capres di media sosial tuh kayak pedang bermata dua, ya. Di satu sisi, asyik banget karena kita bisa tahu program kerja mereka langsung dari postingan atau story mereka. Kita juga bisa komen atau tanya-tanya langsung, berasa lebih dekat gitu. Tapi, di sisi lain, hati-hati aja sama hoaks atau info nggak jelas yang bisa bikin kita salah paham. Apalagi kalau udah ngomongin soal data pribadi yang dipake buat targetin iklan, agak serem juga sih. Jadi, kita harus pintar-pintar saring info biar nggak gampang dibawa arus". "(Sumber : Hasil Wawancara dengan pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

Setelah itu peneliti bertanya lebih lanjut lagi kepada informan kunci dan informan pendukung mengenai bagaimana media sosial mempengaruhi cara pemilih mencari dan memproses informasi, mereka memberikan keterangan bahwa :

" Kalo menurut saya ya, media sosial membawa perubahan besar dalam cara pemilih mencari dan mengolah informasi politik. Platform ini menawarkan akses mudah ke berbagai sumber berita dan opini, memungkinkan diskusi dan partisipasi, serta meningkatkan keterlibatan dengan politisi. Namun, media sosial juga menghadirkan tantangan seperti misinformasi, echo chambers, dan polarisasi. Oleh karena itu, penting bagi pemilih untuk menjadi konsumen informasi yang cerdas dan kritis saat menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi politik". (Sumber : Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Adapun tambahan dari Staff Humas Kominfo, HD menerangkan bahwa :

“ Sosial media sudah mengubah banget cara orang cari info pas pemilu. Mau tau berita terbaru, program calon pemimpin, sampe diskusi seru soal politik, tinggal buka aja medsos. Tapi ya harus hati-hati juga, soalnya banyak banget berita bohong, kadang apa yang kita lihat di media sosial belum tentu benar adanya jadi tergantung sama pribadi masing-masing juga sih mau percaya atau tidaknya tapi kita sebagai pengguna media sosial harus lebih bijak aja sih menggunakannya jangan terlalu menganggap semua berita di media sosial itu fakta “. (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Selanjutnya jawaban dari informan pendukung, JM selaku pemilih menjelaskan :

“ Pendapat saya sih, karena Media sosial menyediakan akses cepat dan mudah ke informasi terbaru tentang pemilu, termasuk berita, debat kandidat, dan pernyataan resmi. Pemilih dapat dengan cepat mendapatkan berita terkini dan mengikuti perkembangan yang sedang berlangsung “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

2. Permukaan Optik

Berdasarkan Hasil Wawancara yang dilakukan pada tanggal 03 Juni 2024 dengan pemilih dan dari dinas kominfo tentang apakah selama menggunakan Media Sosial anda banyak melihat berita hoaks dan berita yang menjatuhkan salah satu pihak di saat pemilu, lalu informan memberikan keterangan

“Dari yang saya lihat memang banyak sekali berita-berita hoaks yang tidak

bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya dan saling menjatuhkan salah satu pihak disaat Pemilu itu tidak bisa dipungkiri lagi, karena dengan membuat berita hoaks salah satu pihak yang melakukan akan mendapatkan kepopuleran karena pihak yang dijatuhkan akan tercemar namaya itulah kejamnya disaat pemilu datang Media Sosial menjadi alat untuk saling menyerang “ (Sumber : Hasil Wawancara dengan JM selaku pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

Sama halnya dengan jawaban dari MN selaku pemilih

“Media Sosial disaat Pemilu menjadi hal penting bagi para calon untuk menyebarkan Program-program yang akan dijalankan disaat terpilih nanti dan tak luput pula Media Sosial akan menjadi Senjata untuk menghancurkan salah satu pihak, Buzzer dari salah satu pihak akan menerjunkan berita-berita yang menjatuhkan lawannya agar pemilih tak jadi memilih pilihannya sebelumnya” (Sumber : Hasil Wawancara dengan MN selaku Pemilih pada tanggal 05 Juni 2024).

Adapun hasil wawancara dari informan kunci, DB memberikan keterangan bahwa :

“Pasti deh, pas pemilu, di media sosial itu kayak hutan belantara berita hoaks dan saling menjatuhkan. Sering banget lihat postingan yang judulnya heboh banget, bikin kita pengen ngeklik tapi ujung-ujungnya cuma hoaks. Gambar atau video yang diposting juga kadang udah di-edit, jadi kita dibawa emosi. Apalagi kalau sumbernya gak jelas, bikin kita makin bingung. Makanya, penting banget buat cek dulu sebelum nge-share, cari info dari sumber yang bener, dan jangan langsung percaya sama yang kelihatan bombastis”.

(Sumber: Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Adapun jawaban dari informan lainnya, HD memberikan jawaban :

“Waktu pemilu, di media sosial itu penuh banget sama berita hoaks dan saling serang antar kandidat. Banyak banget postingan yang isinya lebay, biar orang penasaran terus nge-klik. Gambar atau video juga sering di-edit biar kelihatan meyakinkan, padahal aslinya palsu. Kita jadi sering terprovokasi gara-gara baca berita yang belum tentu benar. Makanya penting banget buat selalu cek dan ricek info yang kita dapat, jangan asal percaya, apalagi kalo sumbernya nggak jelas”. (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Lalu saya tanyakan pertanyaan kedua kepada Informan kunci dan informan pendukung tentang apakah Anda merasa bahwa informasi yang Anda dapatkan dari media sosial akurat dan dapat dipercaya?

Hasil wawancara dari informan pendukung yaitu pemilih atau masyarakat, yang memberikan jawaban :

“Kalo saya pribadi merasa berita di media sosial itu blm teruji kebenarannya, karna media sosial itu sarang nya berita hoaks dan tidak bisa dipercaya, meskipun memang ada berita yang memang betul kebenarannya, kita harus memperhatikan terlebih dahulu berita itu bersumber darimana kalo sumbernya jelas dari sebuah instansi ataupun dari personal yang memberitakan kejadian sebenarnya maka kita harus percaya, dan jika berita itu disebarkan dari akun yang tidak

jelas maka kita jangan langsung percaya terhadap berita itu “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan JM selaku Pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

MN yang selaku pemilih juga memberikan jawaban kepada peneliti :

“Informasi dari media sosial nggak selalu bisa dipercaya dan akurat. Sering banget ada berita palsu atau hoax yang beredar, dan siapa aja bisa posting tanpa harus cek fakta dulu. Selain itu, banyak info yang disajikan tanpa konteks yang jelas, jadi gampang bikin salah paham. Algoritma media sosial juga sering menampilkan konten yang populer atau sesuai dengan preferensi kita, bukan yang paling benar. Makanya, penting banget buat selalu cek ulang info yang kita dapat, cari konfirmasi dari sumber lain, dan pilih sumber berita yang udah terbukti kredibel”. (Sumber : Hasil Wawancara dengan MN selaku Pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

Adapun jawaban dari informan kunci, yaitu DB dan HD memberikan keterangan bahwa :

“Informasi dari media sosial bisa sangat bervariasi dalam hal akurasi dan keandalan. Sumber yang terverifikasi dan kredibel cenderung lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan yang anonim atau tidak dikenal. Namun, banyak platform media sosial tidak melakukan verifikasi fakta secara menyeluruh, sehingga memungkinkan penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Selain itu, bias dan misinformasi seringkali tersebar cepat karena algoritma yang memperkuat pandangan pengguna, menciptakan "filter bubble." Mengingat sebagian besar konten di media sosial dibuat oleh pengguna yang mungkin tidak memiliki keahlian dalam verifikasi informasi,

sangat penting untuk selalu memeriksa kebenaran informasi dari beberapa sumber yang dapat dipercaya serta mengembangkan keterampilan literasi media dan berpikir kritis". (Sumber: Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Lalu HD yang sebagai Staff Humas dari Diskominfo juga menyampaikan pendapatnya kepada peneliti :

"Kalo menurut saya sih, ada yang akurat ada yang tidak akurat dan tergantung pribadi masing-masing bisa membedakan berita benar mana yang bohong. Harus cari lebih detail lagi supaya kita tau bahwa berita yang disampaikan itu akurat atau tidak". (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

peneliti memberikan pertanyaan lebih mendalam mengenai bagaimana interaksi langsung antara kandidat dan pemilih di media sosial mempengaruhi persepsi pemilih, lalu informan menyampaikan pendapatnya.

"Dari yang saya lihat interaksi langsung antara kandidat dan pemilih di media sosial dapat signifikan mempengaruhi persepsi pemilih. Ketika kandidat secara aktif berpartisipasi dalam diskusi, merespons pertanyaan, dan menanggapi kritik di platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, pemilih merasa lebih dekat dan terlibat secara personal. Ini meningkatkan kepercayaan dan transparansi, sekaligus memungkinkan kandidat untuk membangun citra yang lebih manusiawi dan relatable. Namun, interaksi ini juga memiliki risiko, karena respon yang kurang tepat atau negatif dapat merusak persepsi pemilih. Dengan demikian, media sosial menjadi alat yang kuat dalam kampanye politik,

baik dalam memperkuat dukungan maupun menghadapi tantangan ". (Sumber : Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Hendri selaku staff Humas Kominfo pada tanggal 03 Juni 2024.

" Menurut saya interaksi langsung antara kandidat dan pemilih di media sosial secara signifikan mempengaruhi persepsi pemilih dengan menciptakan rasa kedekatan dan keterlibatan personal. Ketika kandidat merespons pertanyaan, memberikan klarifikasi, atau hanya sekadar menyapa, pemilih merasa lebih dihargai dan dianggap penting. Ini bisa meningkatkan kepercayaan dan citra positif kandidat, karena mereka terlihat lebih transparan dan akomodatif. Namun, tanggapan yang buruk atau tidak memadai dapat merusak reputasi kandidat, menunjukkan betapa pentingnya manajemen media sosial yang hati-hati. Dengan kemampuan untuk menjangkau audiens luas dengan cepat, media sosial menjadi alat yang efektif dan strategis dalam membentuk opini dan meningkatkan dukungan pemilih".(Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Lalu disampaikan juga oleh JM selaku pemilih atau masyarakat pada tanggal 03 Juni 2024.

"Pendapat saya Kandidat yang secara aktif menjawab pertanyaan, merespons komentar, dan berpartisipasi dalam diskusi online memberikan kesan bahwa mereka peduli dan mudah diakses. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pemilih serta memperkuat citra positif kandidat. Di sisi lain, cara kandidat menangani kritik dan umpan balik negatif juga sangat berpengaruh. Respons yang bijak dan penuh empati

dapat meningkatkan kepercayaan, sementara respons yang buruk dapat merusak reputasi. Oleh karena itu, kehadiran yang aktif dan autentik di media sosial menjadi strategi kunci dalam kampanye politik modern “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

Berdasarkan Hasil Wawancara Penelitian, Peneliti membahas bahwa Media Sosial menjadi peran penting dalam Pemilu, Media Sosial akan menjadi hal Positif dan Negatif karena berita hoaks akan banyak dijumpai pada saat Pemilu mendatang dan sebagai Masyarakat kita harus Sigap dan Bijaksana dalam menggunakan Media Sosial Pahami dan Pelajari dahulu sebelum membuat keputusan dan jangan termakan berita hoaks.

3. Flow Field

Berdasarkan Hasil Wawancara yang dilakukan pada tanggal 05 Juni 2024 dengan JM selaku masyarakat tentang apakah media sosial bisa merubah persepsi pemilih terhadap paslon setelah melihat adanya kampanye di media sosial.

“ Kalo dari saya sendiri ya media sosial dapat merubah persepsi pemilih terhadap pasangan calon (paslon) setelah mereka melihat kampanye di media sosial. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti paparan informasi yang mudah dan cepat diakses, pengaruh opini publik dari komentar dan dukungan pengguna lain, personalisasi pesan oleh algoritma media sosial yang menampilkan konten relevan sesuai preferensi pengguna, serta penggunaan konten visual dan interaktif yang lebih menarik dibandingkan teks biasa. Selain itu, media sosial juga memungkinkan akses langsung bagi pemilih untuk berinteraksi dengan paslon, seperti melalui sesi tanya jawab atau komentar

di postingan, sehingga membantu pemilih merasa lebih dekat dan lebih mengenal paslon. Namun, perubahan persepsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti media massa, diskusi dengan keluarga dan teman, serta pengalaman pribadi pemilih “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan JM selaku Pemilih pada tanggal 06 Juni 2024).

Sama halnya dengan yang saya tanyakan kepada MN selaku Pemilih pada tanggal 05 Juni 2024.

“ Bisa, dapat berperan karena kampanye atau berita-berita di media sosial yang tersebar ditunjukkan bahwa berita itu benar adanya walaupun terkadang berita yang disebarkan berita hoaks maka dari itu perlunya untuk mencari kebenaran yang sebenarnya sebelum memberikan pandangan atau tanggapan “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan JM selaku pemilih pada tanggal 05 Juni 2024).

Adapun jawaban dari informan kunci, yang memberikan jawaban :

“Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mengubah persepsi pemilih terhadap pasangan calon (paslon) melalui kampanye yang mereka lakukan. Melalui platform ini, kampanye dapat secara langsung mempengaruhi pandangan pemilih terhadap karakter, kompetensi, dan kebijakan paslon dengan menyediakan informasi yang disesuaikan dan sering kali viral. Interaksi langsung dengan konten kampanye, dukungan online, dan penggunaan algoritma untuk menyajikan konten yang relevan dapat memperkuat citra positif atau negatif suatu paslon di mata pemilih. Dengan demikian, media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi arena yang mempengaruhi

dinamika politik modern dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya". (Sumber:Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 05 Juni 2024).

HD pun menjawab mengenai apakah media sosial bisa merubah persepsi pemilih terhadap paslon setelah melihat adanya kampanye di media sosial.

"Bisa banget, Media sosial emang punya pengaruh gede banget buat ubah pikiran orang soal paslon. Lewat platform itu, kampanye bisa bikin citra calon jadi bagus atau jelek banget, tergantung kontennya. Kita bisa langsung komunikasi sama konten kampanye, dan kalo ada yang viral, pengaruhnya bisa ngefek banget ke pendapat banyak orang. Selain itu, algoritma di media sosial juga bisa ngasih konten yang pas buat pengguna, jadi bisa bikin kampanye makin efektif dan ngubah pikiran orang tentang calon itu". (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Lalu saya tanyakan pertanyaan lebih lanjut kepada informan pendukung tentang apakah ada dari pihak desa melakukan penyuluhan terkait berita di media sosial didalam masa pemilu.

" Di desa-desa, sering kali ada upaya untuk ngasih tau orang-orang tentang berita bohong di media sosial waktu pemilu. Maksudnya biar orang bisa lebih pintar bedain antara berita yang bener sama yang palsu, dan juga supaya mereka ikut serta dalam pemilu dengan bijak dan tanggung jawab. Ini penting banget biar ngurugin penyebaran hoaks yang bisa ngaruhin hasil pemilu jadi jelek ". (Sumber : Hasil Wawancara dengan JM selaku Pemilih pada tanggal 05 Juni 2024).

Lalu dari pemilih lainnya juga memberikan keterangan tentang apakah ada dari pihak desa melakukan penyuluhan terkait berita di media sosial didalam masa pemilu. FN menerangkan bahwa :

"Di desa kami, belum ada kegiatan penyuluhan khusus terkait berita di media sosial selama masa pemilu. Ujar salah satu dari masyarakat ". (Sumber : Hasil Wawancara dengan FN selaku pemilih pada tanggal 05 Juni 2024).

Selanjutnya dari MN yang juga selaku pemilih memeberikan juga penjelasan kepada peneliti, dimana ia menjelaskan bahwa :

" Kalo menurut saya Tentu, penyuluhan dari pihak desa terkait berita calon presiden di media sosial selama pemilu bertujuan untuk memberikan pemahaman yang tepat kepada masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Melalui penyuluhan ini, desa mengedukasi warganya untuk tidak hanya mengandalkan informasi dari media sosial tanpa memastikan kebenarannya terlebih dahulu. Selain itu, mereka juga diberi pemahaman tentang etika bermedia sosial yang baik, menjaga agar informasi yang disebarkan tidak menimbulkan konflik atau kebingungan di tengah masyarakat. Upaya ini tidak hanya mengamankan proses pemilu dengan mengurangi penyebaran hoaks, tetapi juga memastikan partisipasi yang cerdas dan bertanggung jawab dari seluruh warga dalam menentukan pilihan mereka ".(Sumber : Hasil Wawancara dengan MN selaku pemilih pada tanggal 05 Juni 2024).

4. Ekosistem Perseptual

Berdasarkan Hasil Wawancara yang dilakukan pada tanggal 07 Juni 2024 dengan AD

selaku Pemilih tentang Bagaimana Anda mengatasi bias dan misinformasi dalam media sosial?

“ Menurut saya jangan mudah percaya dengan informasi yang kita temukan di media sosial. selalu periksa sumbernya, lalu bandingkan dengan informasi dari sumber lain yang terpercaya dan juga melaporkan konten yang kita anggap bias atau misinformasi ke platform media sosial yang kita gunakan. Ujar AD pada tanggal 07 Juni 2024 ”. (Sumber : Hasil Wawancara dengan AD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024)

. Lalu sama halnya dengan yang saya tanyakan kepada MD pada tanggal 07 Juni 2024

“Ngatasi bias dan hoax di media sosial itu butuh cara yang bervariasi dan terkoordinasi. Mulai dari ngajarin orang biar melek digital dan bisa kritis sama info yang mereka terima, sampai pakai teknologi buat cek fakta. Sosial media juga perlu punya algoritma yang bisa mendeteksi dan ngasih tanda kalau ada konten yang ngaco. Selain itu, kerjasama antara pemerintah, platform sosial media. Media itu penting banget buat bikin lingkungan informasi yang sehat. Pengguna juga harus lebih sadar dan bertanggung jawab dalam nyebarin info. Akses ke sumber yang terpercaya harus lebih mudah biar hoax nggak gampang nyebar “. (Sumber : Hasil Wawancara dengan MD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024).

Lalu saya tanyakan pertanyaan lebih lanjut kepada AD dan MD tentang apakah terdapat risiko tertentu dalam memahami kampanye capres melalui media sosial.

“Ngebaca kampanye calon presiden di medsos bisa bikin kamu kena risiko. Isinya sering cuma yang sesuai sama

pendapat kita sendiri, jadi bisa bikin pandangan jadi sempit. Terus juga banyak berita palsu yang disebarin di situ, yang bisa bikin bingung mana yang bener. Ada juga risiko pengaruh dari luar yang mau manipulasi pikiran kita. Selain itu, diskusi politik di medsos sering bikin orang beda pendapat jadi ribut dan saling serang. Informasi yang didapat juga seringnya cuma sepotong-sepotong tanpa jelasin detailnya. Jadi, sebaiknya kita selalu cek info yang kita baca, cari sumber info yang berbeda-beda, dan tetep kritis dalam menilai semua yang kita lihat di medsos”. (Sumber : Hasil Wawancara dengan AD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024).

MD yang selaku pemilih juga memberikan keterangan tentang apakah terdapat risiko tertentu dalam memahami kampanye capres melalui media sosial. Berikut penjelasannya :

“Info yang kita dapet seringnya cuman dari orang-orang yang setuju sama kita aja, jadi bisa nggak objektif. Terus, banyak juga berita palsu yang disebarin di sana, bikin bingung mana yang bener. Pastinya, ada juga risiko orang lain yang nyoba pengaruhin kita dengan info yang mereka sebar. Diskusi politik di medsos juga sering bikin orang bertengkar, soalnya beda pendapatnya keras banget. Jadi, mesti hati-hati banget lah, selalu cross-check info yang kita dapet, cari sumber yang beda, dan jangan langsung percaya sama semua yang kita liat di medsos”. Ujar MD pada tanggal 07 Juni 2024

5. Evolusi Persepsi

Berdasarkan Hasil Wawancara yang dilakukan pada tanggal 07 Juni 2024 pemilih tentang bagaimana tanggapan Anda sebagai pemilih dengan adanya berita negatif tentang paslon di media sosial.

AD selaku pemilih yang merupakan informan pendukung memberikan pendapat bahwa :

“Sebagian pemilih mungkin menerima berita tersebut sebagai kebenaran, nah terutama jika sudah memiliki prasangka negatif, sehingga memperkuat pandangan dan mempengaruhi pilihan mereka. Namun, ada juga yang meragukan kebenaran berita tersebut, khususnya jika dianggap berasal dari sumber yang tidak terpercaya atau bermotif politik. Pemilih yang cerdas cenderung memverifikasi fakta dan mencari sumber alternatif sebelum membuat kesimpulan. Berita negatif juga dapat memperkuat polarisasi politik, memperdalam perpecahan antar pendukung, dan memicu diskusi serta debat di media sosial. Dan seharusnya orang yang membuat berita negatif tentang paslon di media sosial agar lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial karena hal itu bisa mempengaruhi pilihan pemilih dan pencemaran nama baik dari paslon tersebut”. (Sumber : Hasil Wawancara dengan AD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024).

Sama halnya dengan yang saya tanyakan kepada MD selaku pemilih pada tanggal 07 Juni 2024.

“Pendapat saya, hal itu sudah biasa terjadi ya karena tim dari pihak masing-masing saling melakukan pencitraan dari calon yang didukungnya dan tidak heran juga tim dari pihak lawan saling menjelekkkan dan menjatuhkan agar buruk dimata masyarakat”. (Sumber : Hasil Wawancara dengan MD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024).

Selanjutnya saya juga menanyakan pertanyaan kepada informan kunci dan informan pendukung tentang bagaimana menurut Anda

dampak dari penggunaan media sosial pada pemilu.

Berikut penjelasan dari informan pendukung, AD menjelaskan bahwa :

“Penggunaan media sosial dalam konteks pemilu memiliki dampak yang kompleks. Di satu sisi, media sosial memungkinkan peningkatan partisipasi politik dengan memberikan platform untuk diskusi yang lebih luas dan akses cepat terhadap informasi politik. Namun, di sisi lain, fenomena polarisasi opini dan penyebaran hoaks juga meningkat karena media sosial memfasilitasi filtrasi informasi yang cenderung memperkuat sudut pandang yang sudah ada. Hal ini dapat mempengaruhi opini publik secara signifikan dan menantang integritas proses pemilu dengan potensi manipulasi informasi. Oleh karena itu, penting untuk mengelola dan memanfaatkan media sosial secara bijak dalam konteks pemilu untuk memastikan bahwa penggunaannya berkontribusi positif terhadap proses demokratis. (Sumber : Hasil Wawancara dengan AD selaku Pemilih pada tanggal 07 Juni 2024).

Lalu informan kunci juga menjelaskan mengenai bagaimana menurut Anda dampak dari penggunaan media sosial pada pemilu. DB memberikan keterangan :

“Penggunaan media sosial dalam konteks pemilu memiliki dampak yang kompleks. Di satu sisi, media sosial memungkinkan calon dan partai politik untuk langsung berinteraksi dengan pemilih, meningkatkan partisipasi politik, dan memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat. Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat memperkuat polarisasi politik, meningkatkan risiko penyebaran

desinformasi, dan memberikan platform untuk manipulasi opini publik. Oleh karena itu, penting untuk mengelola penggunaan media sosial secara bijak dalam konteks pemilu, dengan memperhatikan regulasi yang tepat dan meningkatkan kesadaran publik akan potensi risiko dan manfaatnya". (Sumber: Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 07 Juni 2024).

Adapun hasil wawancara dari pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana cara kampanye politik menangani penyebaran berita palsu di media sosial?

Berdasarkan Hasil wawancara DB memberikan keterangan bahwa :

"Untuk mengatasi penyebaran berita palsu di media sosial selama kampanye politik, strategi yang efektif melibatkan pendidikan publik tentang identifikasi berita palsu, kolaborasi dengan platform media sosial untuk mengembangkan kebijakan yang mengurangi penyebaran informasi yang salah, serta respons cepat dalam memberikan klarifikasi yang faktual. Selain itu, penting untuk mempromosikan etika digital dan transparansi dalam penyampaian informasi kepada publik, sambil mengedepankan pengawasan yang ketat dan penerapan hukum yang relevan untuk menjamin integritas kampanye dan kepercayaan publik". (Sumber : Hasil Wawancara Kepala Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik tanggal 03 Juni 2024).

Adapun jawaban dari HD, menjelaskan

"kalo menurut saya sih untuk menghadapi penyebaran berita palsu di media sosial selama kampanye politik, strategi yang efektif mencakup kombinasi pendidikan publik yang

intensif tentang pengenalan berita palsu, pembentukan tim verifikasi informasi yang dapat diandalkan, kerja sama erat dengan platform media sosial untuk mengembangkan algoritma deteksi berita palsu, serta upaya aktif dalam menyebarkan informasi yang akurat dan transparan kepada publik. Dalam konteks hukum, penerapan regulasi yang ketat terhadap penyebaran informasi palsu juga menjadi kunci untuk memastikan integritas dan keadilan dalam proses demokrasi". (Sumber : Hasil Wawancara Staff Humas pada tanggal 03 Juni 2024).

Selanjutnya dari AD selaku pemilih yang memberikan keterangan

"Untuk menangani penyebaran berita palsu di media sosial selama kampanye politik, penting banget buat ngedidik masyarakat tentang cara bedain berita asli sama hoaks. Transparansi dalam komunikasi politik juga perlu ditingkatin, jadi semua informasi yang disampaikan bisa dicek kebenarannya. Selain itu, bikin tim khusus yang tugasnya memantau dan memverifikasi berita yang beredar di media sosial juga sangat membantu. Kerjasama dengan platform media sosial untuk perketat aturan anti-hoaks juga penting. Dan yang nggak kalah penting, respon cepat dengan klarifikasi yang jelas dan akurat bisa bantu banget mengurangi dampak berita palsu. Regulasi yang tegas soal penyebaran berita palsu juga perlu diterapkan biar kampanye tetap bersih dan informasi yang diterima publik bisa dipercaya". (Sumber : Hasil Wawancara dengan pemilih pada tanggal 03 Juni 2024).

PEMBAHASAN

1. Keterjangkauan (Affordances)

Affordances, seperti yang dijelaskan oleh James J. Gibson dalam teorinya di tahun 1986, mengacu pada kemungkinan tindakan yang disarankan oleh suatu objek atau lingkungan terhadap seorang aktor. Hasil dari wawancara sebelumnya bahwa para capres memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye, dimana mereka bisa menyampaikan visi misi lewat media sosial tanpa harus kampanye langsung ke tempat. Platform yang mereka gunakan seperti Facebook, Twitter, TikTok, maupun Instagram. Para capres pun bisa menyampaikan gagasannya secara kreatif sehingga para pengguna media sosial atau pemilih bisa saling berinteraksi secara langsung melalui komen di akun media sosial mereka.

2. Permukaan Optik

Permukaan optik adalah salah satu konsep kunci dalam teori Gibson. Permukaan optik mengacu pada informasi yang tersedia di dunia yang dapat dilihat oleh pengamat. Ketika capres berkampanye di media sosial, tidak semua informasi dari media sosial itu benar adanya. Kadang para pendukung masing-masing saling menjatuhkan satu sama lain dengan memposting video paslon yang buruk sehingga membuat para pemilih menilai buruk kepada capres.

3. Bidang Aliran (Flow Field)

Flow Field dalam teori Gibson tentang persepsi merupakan

informasi optik yang ditangkap oleh pengamat yang bergerak dalam lingkungannya. Media sosial ini sangat berpengaruh bagi pemilih maupun capres. Para pemilih juga kadang masih banyak yang kurang teliti dalam menerima berita, kadang mereka juga masih tidak bisa membedakan mana berita benar mana berita hoaks. Sering kali mereka mempercayai semua berita di media sosial sehingga dapat merubah persepsi mereka sendiri terhadap para capres.

4. Ekosistem Perseptual

Masih banyak berita palsu yang disebarin di media sosial, yang bisa bikin bingung mana yang bener. Ada juga risiko pengaruh dari luar yang mau manipulasi pikiran kita. Selain itu, diskusi politik di medsos sering bikin orang beda pendapat jadi ribut dan saling serang. Informasi yang didapat juga seringkali cuma sepotong-sepotong tanpa jelasin detailnya. Kita juga sebagai pemilih harus membandingkan berita informasi dengan informasi lain agar kita tidak terjerumus oleh media sosial yang dapat membuat kita adanya perselihan satu sama lain.

5. Evolusi Persepsi

Masih banyak orang yang melakukan penyebaran berita hoaks dalam pemilu waktu lalu, apalagi sesuatu yang di media sosial itu sangat cepat menyebar. Dari hasil wawancara, informan menjelaskan agar kita pengguna media sosial jangan terlalu cepat beropini. Tapi ada juga pemilih yang pintar dalam menggunakan

media sosial, mereka orang-orang yang mencari tahu dulu kebenaran yang ada.

Simpulan

1. Keterjangkauan (Affordances)

Media sosial memfasilitasi calon dalam menyampaikan ide dan gagasan mereka, serta memungkinkan komunikasi langsung dengan pemilih. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube digunakan untuk menjangkau pemilih potensial, mengumumkan kebijakan, mempromosikan diri, dan merespons isu-isu terkini dengan cepat. Selain itu, strategi kampanye digital memungkinkan segmentasi target yang lebih baik dan analisis respons pemilih secara real-time.

2. Permukaan Optik

kesimpulannya adalah bahwa penyebaran berita hoaks selama Pemilu merupakan taktik yang sering digunakan untuk memperoleh keuntungan politik. Media sosial memainkan peran ganda, di satu sisi sebagai platform untuk kampanye dan menyebarkan program-program calon, di sisi lain sebagai sarana untuk menyebarkan informasi yang tidak benar guna menjatuhkan lawan politik.

3. Bidang Aliran (Flow Field)

media sosial dapat merubah persepsi pemilih terhadap pasangan calon (paslon) setelah mereka melihat kampanye di media sosial.

4. Ekosistem Perseptual

Kesimpulannya adalah bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilih dalam proses pemilihan calon presiden. Pemilih yang terpapar oleh konten di media sosial cenderung terpengaruh oleh informasi, opini, dan propaganda yang disebar di platform tersebut.

5. Evolusi Persepsi

Kesimpulan adalah bahwa berita negatif tentang pasangan calon (paslon) di media sosial memiliki dampak yang beragam terhadap pemilih.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan sejumlah masukan atau saran kepada pemilih dan Dinas Kominfo Bengkulu Tengah sebagai berikut:

1. Untuk pemilih yang menggunakan media sosial sebagai alat mengetahui informasi agar kiranya untuk lebih teliti lain dalam menerima informasi.
2. Untuk pemilih jangan mudah menilai apa yang ada di lingkungan media sosial karena kadang berita yang ada di media sosial belum tentu benar.
3. Untuk pemilih jangan mudah terpengaruh apa yang disampaikan dari media sosial, cobalah untuk mencari tahu mana yang harus dipercaya dan mana tidak.

Daftar Pustaka

- Alhogbi, B. G., Arbogast, M., Labrecque, M. F., Pulcini, E., Santos, M., Gurgel, H., Laques, A., Silveira, B. D., De Siqueira, R. V., Simenel, R., Michon, G., Auclair, L., Thomas, Y. Y., Romagny, B., Guyon, M., Sante, E. T., Merle, I., Duault-Atlani, L., Anthropologie, U. N. E., ... Du, Q. (2018). MEMBANGUN JATI DIRI BANGSA : Globalisasi sebagai Tantangan dan Pancasila sebagai Imperatif Solusi. *Gender and Development*, 120(1), 0–22.
- Bachri, S. (2022). Peran Badan Pengawas Pemilu Dalam Upaya Pencegahan Dan Penyelesaian Sengketa Hasil Pemilu Di Mahkamah Konstitusi. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 12(2), 192–216.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652.
- Fitriarti, E. A. (2019). Urgensi Literasi Digital Dalam Menangkal Hoax Informasi Kesehatan Di Era Digital. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(2), 219. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i2.6929>
- Mukhsid, W. (2015). Upaya Panitia Pengawas Pemilu Kabupaten Banyumas Dalam Pencegahan Tindak Pidana Money Politic Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014. *Jurnal Idea Hukum*, 1(2). <https://doi.org/10.20884/jih.v1i2.22>
- Pratama, R. A. (2019). Upaya Bawaslu Kota Samarinda Dalam Legislatif Serta Pemilu Presiden. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 7(3), 1311–1324.
- Purnawan, H., Mardianto, Noviyanto, H., & Darmawi, E. (2023). EFEKTIVITAS PROGRAM BANTUAN LANGSUNG TUNAI DANA DESA DI DESA PADANG BINJAI KECAMATAN TETAP KABUPATEN KAUR. *Mimbar: Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 12(2), 288–296.
- Purnawan, H., Suri, E. W., Saputra, N., & Aprianty, H. (2023). The Implementation of the People's Business Credit (KUR) Program on the Welfare of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM): A Study at BRI Bank, Lingkar Timur Unit Office, Bengkulu City, Indonesia. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 8(1), 50–60.
- Sakti, B., Kuspita, H., Dani, R., Aprianty, H., & Purnawan, H. (2023). Upaya Badan Pengawas Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Kinerja Panitia Pengawas Pemilu Di Kabupaten Seluma (Studi di Kecamatan Seluma) Efforts of the General Election Supervisory Board in Improving the Performance of the Election Supervisory Committee i. *Sengkuni Journal- Social Sciences*, 4(1), 61–70.

