

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE PILPRES 2024 UNTUK MEMPEREBUTKAN SUARA GENERASI MUDA

Muhammad Lazuardi Ilham, Noer Zulfa Jauhariyah, Zahratunisa, Nurlaili
Rahmawati

Email: lazuardiilham15@gmail.com , noerzulfajauhariyah@gmail.com ,
emailzahratunisa@gmail.com , rnurlaili086@uinjkt.ac.id

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Pemilihan Presiden selalu menarik perhatian masyarakat, terutama Pilpres tahun 2024. Pemilu Tahun 2024 merupakan pemilu yang istimewa karena dilakukan serentak dan hampir 60% Daftar Pemilih Tetap adalah generasi muda yang dekat dengan media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan sosial. Hasil dari penelitian ini adalah Penggunaan media sosial oleh masyarakat bisa memberikan perubahan terhadap kondisi sosial politik di Indonesia, selain itu juga bisa mempengaruhi partisipasi para pemilih. Semakin banyaknya kampanye yang dilakukan di Media sosial, bisa menjadi suatu daya tarik bagi para pemilih. Oleh sebab itu, para kontestan pilpres 2024 harus memanfaatkan media sosial yang ada dengan membuat konten yang menarik untuk memperebutkan suara generasi muda dan memenangkan Pilpres 2024.

Kata Kunci: Media Sosial, Pilpres 2024, Kampanye Pilpres, Generasi Muda.

Pendahuluan

Ditahun 2024 akan menjadi ajang pemilu bakal calon Presiden di Indonesia. Oleh karena itu, para calon presiden dan wakil presiden pada saat ini melakukan kegiatan kampanye. Kampanye sendiri terdapat didalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No.18 Tahun 2023 pada pasal 1 angka 19 dijelaskan bahwasanya kampanye merupakan kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu.¹ Dapat dipahami dari pengertian tersebut kampanye ini dilaksanakan untuk menarik warga agar dapat memilih calon presiden dan wakil presiden dengan cara meyakinkan warga dengan visi dan misi yang akan dilaksanakan jika sudah menjadi presiden dan wakil presiden. Pentingnya kampanye sebagai sarana dalam melakukan pendidikan politik dengan menawarkan ide dan gagasan untuk memberikan

¹ Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No. 18 tahun 2023 pada pasal 1 angka 19

alternatif-alternatif kebijakan yang akan dilakukan untuk melakukan perubahan atau perbaikan dalam pembangunan suatu negara.²

Kampanye pada zaman sekarang bisa dilakukan secara langsung maupun menggunakan media sosial. Kampanye menggunakan media sosial sudah terjadi sejak lama. Para calon presiden dan wakil presiden sudah memulai kampanye, baik itu secara langsung atau menggunakan media sosial. Ketika para calon presiden dan wakil presiden kampanye secara langsung, seluruh warga Indonesia tidak mungkin bisa hadir secara serentak dalam kampanye tersebut. Oleh sebab itu, media sosial sangat berguna dan berdampak pada kegiatan kampanye secara langsung untuk mengabadikan menggunakan kamera kemudian ditampilkan di media sosial. Media sosial ini bisa berupa siaran langsung dari televisi, atau dari media sosial lain seperti youtube, tiktok, instagram, facebook, dan lain-lain.

Salah satu contoh kampanye di media sosial yaitu mengunggah poster calon presiden dan calon wakil presiden di media sosial. Sudah kita ketahui juga, sekarang sudah banyak acara televisi yang sudah mengundang presiden dan calon wakil presiden untuk melakukan kampanye di televisi, baik itu dengan sistem perbincangan atau perdebatan antar calon presiden dan para penonton langsung dari acara tersebut. Selain itu, para calon presiden dan calon wakil presiden juga menggunakan tiktok atau media lain untuk mengemukakan visi dan misi bakal calon presiden dan calon wakil presiden. Akan tetapi kampanye menggunakan media sosial ini memiliki dampak, baik itu dampak positif atau dampak negatif. Salah satu dampak positif dari kampanye yaitu dapat diakses secara mudah oleh semua warga Indonesia. Sedangkan salah satu dampak negatif dari kampanye menggunakan media sosial yaitu banyak hal-hal yang tidak sesuai atau banyak berita yang tidak bersumber dengan jelas ataupun bisa disebut dengan berita hoax. Kampanye menggunakan media sosial dapat diakses lebih mudah, karena pada zaman sekarang semua orang hampir menggunakan media sosial untuk melakukan kegiatan sehari-hari.

Peran media sosial dalam kampanye menjadi hal yang penting, karena daftar pemilih tetap pemilu 2024 nanti hampir 60% didominasi oleh generasi muda atau generasi

² Aditya Perdana dan Delia Wildianti, "Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019", (Jurnal Bawaslu DKI Jakarta, 2018), hlm. 20.

milenial yang dekat dengan media sosial. Sehingga para peserta pemilu bisa memanfaatkan media sosial dengan baik ketika kampanye untuk memenangkan pemilu 2024 dengan menyasar generasi milenial.³ Ada beberapa penelitian yang membahas tentang peran media sosial dalam kampanye, diantaranya adalah *pertama*, jurnal yang ditulis oleh Ike Atikah Ratna Mulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, yang intinya membahas tentang penggunaan media sosial untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula dari kalangan pelajar, namun sayangnya para politisi kurang mampu memanfaatkan media sosial untuk menggaet pemilih pemula yang mayoritas memiliki akun media sosial. Meskipun terdapat politisi yang menggunakan media sosial untuk kampanye namun isi atau konten pesan kampanye yang dimuat masih kurang menarik, belum disesuaikan dengan karakteristik pemilih pemula dikalangan pelajar.⁴ *Kedua*, jurnal yang ditulis oleh Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra, yang pada pokoknya membahas tentang pemilih pemula di kampus UGM aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama paling berpengaruh dalam perebutan suara karena pemilih pemula lebih tertarik dengan peserta pemilu atau pasangan calon yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi informasi karena dianggap menarik dan mudah dijangkau.⁵ *Ketiga*, jurnal yang ditulis oleh Insan Harahap Harahap, yang pada intinya membahas tentang media sosial dianggap dapat membentuk citra diri, publisitas, serta meningkatkan elektabilitas calon Presiden dan Wakil Presiden di Pemilu 2019, namun tantangan dari penggunaan media sosial juga diwarnai banyak permasalahan diantaranya adalah penyebaran berita bohong (hoaks), kampanye hitam, informasi yang menyesatkan dan mendistorsi kondisi riil.⁶

Bebearapa penelitian diatas berbeda dengan penelitian kami karena penelitian-penelitian tersebut membahas saat pemilu 2019 sedangkan penulis membahas pemilu 2024 dengan kondisi daftar pemilih tetap yang berbeda dengan pemilu 2019. Untuk itu

³ Nurlaili Rahmawati, “Strategi *Political Branding* Kampanye Peserta Pemilu Melalui Media Sosial Untuk Mendulang Suara”, (Jakarta: Netfid Indonesia, 2023), hlm. 1

⁴ Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, “Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor”, (Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 20, No. 2, Juli 2018), hlm. 160

⁵ Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra, “Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa Fisipol UGM”, (Jurnal PolGov Vol. 2, No. 1, 2020), hlm.193

⁶ Insan harahap harahap, “Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia”, (Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 17, No. 1, 2020), hlm. 1

rumusan masalah yang kami angkat adalah menilik profil pribadi para kandidat capres dan cawapres pilpres 2024, macam-macam media sosial yang digunakan dalam kampanye, dan dampak dari media sosial dalam kampanye pilpres 2024.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan menggunakan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, artikel, dan berita online mengenai media sosial dan kampanye pilpres 2024. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sosial dengan menggunakan teknik analisis deduktif untuk menarik kesimpulan dari umum ke khusus supaya mendapatkan kesimpulan yang komprehensif.

Hasil dan Pembahasan

A. Menilik Profil, Citra Diri (*image*) dan isu-Isu Kontroversial Kandidat Capres dan Cawapres Pemilu 2014 yang Ada di Media Sosial

Pemilihan umum (pemilu) Presiden dan Wakil Presiden, DPR RI, DPD dan DPRD akan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024 mendatang. Pemilu Presiden dan Wakil Presiden yang selanjutnya disebut Pilpres dari masa ke masa selalu menarik simpati dan perhatian masyarakat. Antusiasme masyarakat dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden bisa dilihat dalam Pilpres 2019 yang merupakan pertarungan antara pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dengan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Saat itu masyarakat terbelah menjadi 2 (dua) dan bahkan dalam berbagai media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dll muncul julukan cebong dan kampret. Sebutan cebong untuk pendukung Joko Widodo dan Ma'ruf Amin sedangkan kampret julukan pendukung Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno.⁷ Dalam Pilpres 2024 ada 3 (tiga) pasangan calon Presiden yang ditetapkan oleh KPU RI dalam Keputusan KPU Nomor 1644 Tahun 2023 tentang Penetapan nomor urut pasangan calon peserta pilpres 2024, yaitu nomor urut 1 (satu) yaitu Pasangan Anies Baswedan (merupakan mantan Gubernur D.K.I Jakarta) dan Muhaimin Iskandar (Ketua umum Partai Kebangkitan Bangsa), nomor urut 2 (dua) yaitu pasangan Prabowo Subianto (Menteri pertahanan Indonesia saat ini) dan Gibran

⁷ Nur Rohim Yunus, et al, "Kece bong Versus Kampret; Slogan Negatif Dalam Komunikasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2019", (Salam: Jurnal Salam dan Budaya Syar-i, Vol. 6 No. 4, 2019), hlm. 405.

Rakabuming Raka (Walikota Solo saat ini), dan nomor urut 3 (tiga) adalah pasangan Ganjar Pranowo (Gubernur Jawa Tengah) dan Mahfud MD (Menko Polhukam saat ini).⁸

Penetapan Nomor urut calon presiden dan wakil Presiden baru diumumkan KPU RI pada tanggal 14 November 2023, namun isu tentang profil dan citra diri maupun isu-isu kontroversial dari kontestan capres dan cawapres ini sudah beredar di berita online maupun media sosial baik facebook, instagram, tiktok, dll. diantaranya adalah:

1. Anies Baswedan

Kemenangan Jokowi dan Jusuf Kala saat pemilihan presiden tahun 2014 membuat beliau diamanatkan menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia sekaligus menandakan jabatan pertamanya dalam politik. Namun tidak berlangsung lama, pada pertengahan juli tahun 2016, beliau diberhentikan oleh Presiden Jokowi dari jabatannya sebagai Mendikbud RI. Meski begitu, beliau melanjutkan kiprahnya di politik dengan menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta selama 1 periode.

Beberapa kontroversi kerap menghampiri beliau, salah satunya adalah kontroversi dibalik proyek Pembangunan Jakarta Internasional Stadium, atau yang kita kenal dengan sebutan JIS. Proyek ini memaksa sekitar 550 keluarga yang tinggal di kampung bayam untuk pindah ke tempat lain, sedangkan 50 keluarga lainnya memilih untuk bertahan dan berjuang menagih janji PT Jakpro selaku pelaksana proyek agar segera diberi hunian pengganti.⁹

Pada maret 2022 Anies menanggapi persoalan ini dengan menjanjikan membangun rumah susun untuk warga kampung bayam yang terkena pengrusakan proyek JIS. Pada oktober 2022 Anies menuntaskan dengan meresmikan bangunan rumah susun sebagai hunian baru warga kampung bayam, namun hingga maret 2023, sejumlah warga ada yang mengaku belum dapat kunci untuk menempati bangunan tersebut.

2. Prabowo Subianto

Pada pilpres kali ini, turut menjadi keikutsertaan beliau yang keempat kalinya setelah sebelumnya beliau pernah mencalonkan diri menjadi Wakil Presiden pada

⁸ [Nomor Urut Pilpres 2024: Anies-Cak Imin 1, Prabowo-Gibran 2, Ganjar-Mahfud 3 \(detik.com\)](#), diakses pada tanggal 15 November 2023.

⁹ Dikutip dari <https://tirto.id/nasib-kampung-bayam-jakarta-tergusur-stadion-megah-gbHv>,

tahun 2009, dan mencalonkan diri menjadi presiden sebanyak dua kali pada tahun 2014 dan 2019. Prabowo sendiri mengawali karir politiknya dengan mendirikan Partai Politik yang kita ketahui dengan nama Partai Gerindra pada tanggal 6 februari 2008. Beliau sendiri langsung menjabat sebagai Ketua Pembinaan Dewan Pembina Dewan Pimpinan Pusat (DPP). Beberapa kontroversi kerap menghampiri beliau, bahkan saat prabowo masih menjalani karirnya sebagai militer. Nama Prabowo seringkali dihubungkan dengan kejadian penculikan aktivis pada tahun 1998 dan keberadaan tim mawar.

Pada tahun 2019 lalu, sempat tersebar kesaksian mantan Danjen Kopassus Agum Gumelar tentang hubungannya Tim Mawar dengan Prabowo. Pada tahun 1998 Agum sendiri menjadi anggota Dewan Kehormatan Perwira (DKP) yang dibuat untuk menyelidiki kasus penculikan aktivis. dari hasil penyelidikan DKP, Agum mengatakan dalam kasus penculikan ini, membuktikan adanya kesalahan yang dilakukan Danjen Kopassus pada saat itu. Agum menyebut Prabowo telah terbukti melakukan pelanggaran berat, maka dari itulah kemudian DKP mengeluarkan rekomendasi pemberhentian Prabowo dari dinas militer.¹⁰ Namun, hal ini sempat dibantah pihak Prabowo, pada tahun 2019, Danhir Anzar selaku Koordinator Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, sempat menyatakan tidak pernah ada pengadilan atau satu bukti mana pun yang menyatakan keterkaitannya Prabowo dengan kasus HAM pada masa lalu.

3. Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo memulai karir politiknya, menjadi anggota legislative di DPR kurang lebih selama Sembilan tahun, yaitu pada tahun 2004-2009, dan 2009-2013. Kemudian beliau melanjutkan kiprahnya dengan menjabat sebagai Gubernur provinsi Jawa Tengah selama dua periode, yakni 2013-2018, dan 2018-2023.

Sejak menduduki jabatan Gubernur Provinsi Jawa Tengah, beliau mendapati Namanya dikaitkan dengan beberapa kontroversi yang ada, beliau menghadapi penolakan warga pada saat genap satu tahun setelah dilantik terkait dengan Pembangunan pabrik semen yang ada di Pegunungan Kendeng Rembang. Penolakan

¹⁰ Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190311111817-32-376144/agum-gumelar-klaim-tahu-detail-seputar-penculikan-aktivis-98>,

warga muncul karena kebijakan yang dibuat oleh pemerintah terkait membuka izin investasi pendirian pabrik semen di Rembang. Pembangunan ini dikhawatirkan warga akan rusaknya ekosistem yang ada di pegunungan karst dan berdampak pada kehidupan masyarakat setempat.

Dalam kasus ini, Ganjar menjadi salah satu pihak yang digugat oleh warga ke Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN). Kasus ini semakin rumit dimana akhirnya putusan peninjauan Kembali dari Mahkamah Agung terhadap gugatan Ganjar dan PT Semen Indonesia dimenangkan oleh warga. Alih-alih membatalkan izin, Ganjar malah mengeluarkan keputusan baru izin lingkungan pendirian pabrik semen.

Langkah ganjar itu sontak menuai kritik. Ia lantas mencabut izin lingkungan yang baru saja diterbitkannya setelah diadakan rapat di Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada akhir 2016. Namun, hanya selang dua bulan kemudian, Ganjar Kembali menerbitkan izin lingkungan baru pada Februari 2017.¹¹ Ganjar sendiri beralasan terkait penerbitan izin baru, itu sudah sesuai yang direkomendasikan oleh tim pakar analisis mengenai dampak lingkungan. Per maret 2023, penambangan itu sendiri terus berlanjut di area yang menjadi permasalahan warga sekitar.¹²

Tidak hanya kandidat calon presiden 2024 saja yang mengalami beberapa berita kontroversial, kandidat calon wakil presiden pun juga kerap mendapat beberapa berita kontroversial, diantaranya yaitu :

1. Muhaimin Iskandar

Ketua umum Partai Kebangkitan Bangsa Muhaimin Iskandar, atau yang dikenal dengan cak Imin ini sedang hangat menjadi perbincangan, setelah pengumumannya sebagai cawapres dari Anies baswedan, terdapat banyak pihak yang menyoroti sosok cak Imin ini, kiprah beliau di dunia politik memang cukup berpengaruh di Indonesia, tetapi beliau tidak lepas dari yang namanya kontroversi.

Pada tahun 2018 yang lalu, cak Imin menjadi salah satu nama yang muncul dalam penyelidikan terkait kasus Meikarta. Beliau diperiksa oleh KPK saat itu sebagai saksi,

¹¹ Dikutip dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/04/24/jejak-kiprah-kepemimpinan-ganjar-di-jawa-tengah>

¹² Alfitra Akbar, "Membandingkan Rekam Jejak Kontroversial Tiga figure Bakal Capre", 2 juni 2023, <https://tirto.id/membandingkan-rekam-jejak-kontroversial-tiga-figur-bakal-capres-gLLP>

diadakannya pemeriksaan kepada cak Imin karena beliau diduga telah menerima uang suap dari bos PT Lippo Group. Namun hingga saat ini masih belum ada penjelasan lanjut terkait apakah benar cak Imin sebagai salah satu yang telah menerima suap dari bos PT Lippo Group tersebut.¹³

2. Mahfud MD

Mahfud MD pernah menjabat ketua Mahkamah Konstitusi (2008-2013) dan saat ini menjabat sebagai Menko Polhukam. Pada tanggal 18 oktober 2023, ketua umum PDIP Megawati Soekarno Putri, mengumumkan bahwa Mahfud MD sebagai calon wakil presiden yang akan mendampingi Ganjar Pranowo di pilpres 2024 nanti. Megawati mengatakan bahwa Mahfud adalah sosok yang mempunyai banyak pengalaman konkret dalam pemerintahan. Mahfud MD pernah berseteru dengan sejumlah anggota komisi tiga DPR saat menjelang rapat terkait dengan transaksi yang mencurigakan senilai 349 triliun rupiah di kementerian keuangan. Beliau dan anggota komisi yang membidangi urusan hukum itu saling berbalas pernyataan mengenai rapat yang akan dilaksanakan pada awal April 2023. Beliau menegaskan akan memenuhi panggilan rapat dari DPR guna membahas dugaan transaksi pencucian uang yang terjadi di keemenkeu. Ia meminta agar komisi tiga DPR tidak usah ragu untuk memanggilnya Kembali. Sebagai Ketua Komite Tindak Pidana Pencucian Uang, Mahfud adalah sosok yang pertama kali mengungkapkan adanya temuan transaksi mencurigakan tersebut kepada khalayak publik.¹⁴

3. Gibran Rakabuming Raka

Gibran Rakabuming Raka merupakan putra pertama Presiden Joko Widodo yang saat ini menjabat sebagai walikota Solo. Baru-baru ini Gibran menjadi bincangan hangat usai Koalisi Indonesia Maju mengumumkannya menjadi cawapres sebagai pasangan Prabowo untuk pilpres 2024. Majunya Gibran sebagai calon wakil presiden yang saat ini belum berusia 40 tahun sebagaimana tercantum Pasal 169 huruf q UU Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum¹⁵ yang kemudian diajukan judicial

¹³ Arifina Cahyati Firdausi, "6 Kontroversi Cak Imin Bakal Jadi Masalah Di Pilpres 2024?", 7 september 2023, <https://tirto.id/nasib-kampung-bayam-jakarta-tergusur-stadion-megah-gbHv>

¹⁴ Andika Dwi, "Sederet Kintroversi Mahfud MD, Dari Senggol Kemenkeu, Hingga Dianggap Jubir KPK", 18 oktober 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1785501/sederet-kontroversi-mahfud-md-dari-senggol-kemenkeu-hingga-dianggap-jubir-kpk>

¹⁵ Bunyi Pasal 160 huruf q Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 adalah "(Persyaratan menjadi calon Presiden dan calon Wakil Presiden adalah) berusia paling rendah 40 (empat puluh) tahun."

review ke Mahkamah Konstitusi oleh Almas saqibbiru. Dalam keputusan yang dibuat MK terkait dengan batasan usia capres dan cawapres, MK mengabulkan permohonan tersebut dalam Putusan Nomor 90/PUU-XXI/2023 yang pada intinya usia minimal capres dan cawapres adalah 40 tahun atau sudah dipilih melalui pemilihan umum termasuk kepala daerah.

Putusan MK ini mendapatkan kritik keras dari publik dan akademisi termasuk Airlangga Pribadi Kusman selaku pengamat politik Universitas Airlangga, memberi singgungan adanya hubungan kekerabatan antara Gibran dan Ketua Hakim MK. Sementara etika hakim yang mempunyai hubungan kekerabatan dalam setiap kasus hukum tidak dibolehkannya terlibat dalam pengambilan putusan. Menurut airlangga sendiri, momen pemilihan pasangan capres dan cawapres Prabowo-Gibran, menjadi penegasan penyalahgunaan kekuasaan.¹⁶ menanggapi hal ini, Airlangga Pribadi sangat menyayangkan penunjukannya Gibran sebagai cawapres Prabowo. Menurut ia hal seperti ini bisa menimbulkan efek negative bagi demokrasi maupun konteskan politik.¹⁷

B. Macam-Macam Media Sosial yang digunakan dalam Kampanye

Pada zaman yang sudah modern ini, hampir semua kalangan menggunakan media sosial untuk mencari informasi. Media sosial sendiri adalah suatu alat yang merupakan sarana komunikasi berbasis teknologi internet yang memungkinkan seseorang berinteraksi sosial, berkomunikasi, dan berkolaborasi, serta berbagi dengan orang lain.¹⁸ Sedangkan menurut Hidayat sebagaimana dikutip Lucy Pujasari Supratman, media sosial merupakan alat komunikasi yang tersambung dengan internet yang digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi, jual beli online serta mencari informasi.¹⁹ Dari pengertian tersebut bisa dipahami bahwa, media sosial memiliki banyak manfaat, salah satunya dimanfaatkan sebagai media untuk berkampanye. Kampanye menggunakan media sosial

¹⁶ Randy Ferdi Firdaus, “Kontroversi Setelah Gibran Jadi Cawapres Prabowo”, 23 oktober 2023, <https://www.merdeka.com/politik/kontroversi-setelah-gibran-jadi-cawapres-prabowo-38657-mvk.html>

¹⁷ Dikutip dari <https://www.merdeka.com/politik/kontroversi-setelah-gibran-jadi-cawapres-prabowo-38657-mvk.html>.

¹⁸ Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, “Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor”, (Vol. 20, No. 2, Juli 2018), hlm. 156

¹⁹ Lucy Pujasari Supratman, “Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native”, (Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 15, No. 1, 2018), hlm. 48.

pada zaman sekarang sangat dianjurkan, karena hampir semua kalangan pada saat ini menggunakan media sosial.

Bagi negara demokrasi, media sosial memiliki peran penting karena membuat masyarakat menerima banyak informasi dari media sosial. Media sosial membentuk bagaimana orang menafsirkan dan mengamati informasi politik, terutama liputan terkait pemilu dan peristiwa politik lainnya. Media sosial secara eksplisit berupaya melibatkan masyarakat secara langsung dalam aktivitas politik, seperti dalam hal pemungutan suara, berkomunikasi kepada pejabat publik, dan keikutsertaan dalam gerakan protes terhadap pemerintah. Media sosial membuat berbagai politisi berlombalomba untuk menampilkan citra yang baik untuk ditunjukkan demi menarik simpatisan dari masyarakat. Selain itu, besar kemungkinan bahwa preferensi politik masyarakat telah dipengaruhi oleh perilaku politik para politisi melalui media sosial.²⁰

Pemilu akan dilaksanakan secara serentak di tahun 2024 termasuk pemilu presiden dan wakil presiden. Oleh karena itu, pasangan calon presiden dan wakil presiden mulai tanggal 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2024 melakukan kampanye. Kampanye pada saat ini juga menggunakan berbagai media sosial seperti facebook, tik tok, Instagram, X, blog, koran digital, dan lain sebagainya. Selain itu, calon presiden dan calon wakil presiden juga berkampanye dengan tampil pada acara di televisi atau acara broadcast.

Kampanye menggunakan media sosial di antaranya:

1. Kampanye menggunakan facebook. Facebook sendiri sudah ada sejak tahun 2004 untuk mahasiswa Harvard, kemudian setelah satu tahun facebook hampir digunakan oleh semua sekolah-sekolah yang ada di Amerika dan kemudian terbuka untuk umum yakni pada tahun 2006.²¹ Kampanye dengan facebook bisa dilakukan dengan cara mengunggah poster mengenai visi dan misi dari calon presiden dan calon wakil presiden. Selain itu, calon presiden dan wakil presiden

²⁰ Sellita, “*Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia Social Networks and Elections: Evidence From The Indonesian Presidential Elections*”, Jurnal Lemhannas RI, Volume 10 No 03, hlm 150

²¹ Berliani Ardha, “*Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*”, (Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, Mei 2014: 105-120), hlm. 109-110

- juga bisa mengunggah video yang menarik agar masyarakat tertarik untuk memilih calon presiden dan calon wakil presiden.
2. Kampanye menggunakan Instagram. Instagram sendiri merupakan platform media sosial yang banyak digunakan oleh anak muda. Jadi, untuk menarik agar anak muda untuk memilih calon presiden dan calon wakil presiden bisa menggunakan Instagram untuk menyampaikan visi dan misi baik itu berupa poster ataupun video yang di unggah di Instagram.
 3. Kampanye menggunakan twiter atau yang sekarang disebut dengan X. X merupakan platform yang mengangkat berita yang aktual. Oleh karena itu, cocok digunakan untuk dijadikan sarana berkampanye. X sendiri adalah layanan jejaring sosial atau bisa juga dikatakan mikroblog online yang memungkinkan penggunanya mengirim, membaca, dan membalas pesan teks hingga 280 karakter (dikenal dengan sebutan tweet). Awalnya Twitter hanya memperbolehkan penggunanya mengirim tweet maksimal 140 karakter, namun pada 7 November 2017, Twitter menambah jumlah tersebut menjadi 280 karakter.²² X merupakan sebutan baru dari twitter yang berbuah pada tahun 2023.
 4. Kampanye menggunakan youtube. Youtube merupakan platform digital dengan menampilkan video. Kampanye menggunakan youtube bisa dengan cara membuat video mengenai visi dan misi atau video yang berupa broadcast agar lebih menarik penonton. Selain menampilkan visi dan misi, calon presiden dan calon wakil presiden bisa menampilkan prestasi, bakat atau kelebihan yang dimiliki agar orang semakin tertarik untuk memilih.
 5. Kampanye menggunakan tik tok. Kampanye menggunakan tik tok ini bisa dengan cara membuat video yang durasinya tidak terlalu panjang. Videonya yang diunggah bisa berupa pengenalan visi dan misi, menunjukkan kegiatan sehari-hari calon presiden dan wakil presiden yang bermanfaat, dan video-video lain yang dapat menarik penonton. Kampanye menggunakan tik tok memiliki banyak keuntungan, karena tiktok digunakan oleh semua kalangan.
 6. Kampanye menggunakan whatsapp. WhatsApp sendiri adalah media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi antara personal. Kampanye dengan whatsapp

²² Rudi Dian Arifin, “*Pengertian Twitter Beserta Sejarah, Fitur, Fungsi, dan Manfaat, dll*”, 2023, dianisa.com.

mungkin bisa dilakukan dengan cara saling memberitahu antar orang ke orang mengenai visi dan misi dari calon presiden dan calon wakil presiden. Selain antar orang ke orang juga bisa disebar luaskan dengan dibagikan di grup whatsapp.

7. Kampanye dengan tampil di televisi. Kampanye ini mungkin lebih banyak manfaatnya, karena hampir semua kalangan menonton televisi. Kampanye seperti ini bisa dengan cara menyampaikan visi dan misi di acara-acara televisi yang banyak diminati. Dalam siaran televisi biasanya juga mengangkat berita mengenai kampanye agar Masyarakat dapat mengetahui apa saja hal yang berkaitan dengan kampanye.
8. Kampanye dengan menggunakan influencer. "Influencer" adalah individu dengan banyak pengikut di media sosial yang dibayar oleh suatu merek atau produk untuk mempromosikan produk mereka kepada pengikutnya melalui produk gratis dan perjalanan dan/atau pembayaran tunai. Tujuannya adalah untuk membuat pengikut membeli produk tersebut.²³ Dari pengertian tersebut, bisa dipahami bahwa influencer adalah seseorang yang memiliki pengikut yang banyak dalam media sosial yang mengajak pengikutnya untuk menggunakan atau mengikutinya dalam menggunakan produk atau jasa. Kampanye dengan menggunakan influencer bisa dengan cara kerja sama antara calon presiden dan wakil presiden dengan influencer untuk mengajak pengikutnya untuk memilih calon presiden dan calon wakil presiden. Seorang influencer ini bisa memberi informasi kepada pengikutnya mengenai apa saja visi, misi program kerja dan lain sebagainya dari calon presiden dan calon wakil presiden.

Penjelasan di atas merupakan macam-macam media sosial yang digunakan untuk kampanye pada zaman sekarang. Banyak manfaat yang diperoleh jika kampanye menggunakan media sosial. Namun, juga ada kerugian yang terjadi jika kampanye menggunakan media sosial. Banyak oknum yang tidak bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial yang mengakibatkan kerugian bagi masyarakat. Oleh karena itu, kita sebagai masyarakat sebaiknya benar-benar mencari informasi yang

²³ Sari Anjani dan , Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]", POLYGLOT: Jurnal Ilmiah, Vol 16, No 2 July 2020, hlm. 207-208

akurat, dan faktual mengenai informasi yang ada di media sosial, baik itu berupa informasi kampanye atau yang lain.

C. Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda

Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya generasi Z untuk berkomunikasi dan membangun relasi di dunia maya. generasi Z adalah generasi yang lahir di rentang tahun 1995 sampai 2010, istilah lain dari Gen Z adalah *digital natives* karena mereka sejak lahir sudah bersanding dengan teknologi digital seperti *smartphone*, laptop, TV, dan teknologi digital yang lain.²⁴ Generasi muda mempunyai andil besar dalam pemilu 2024, karena hampir 60% jumlah daftar pemilih tetap (DPT) adalah generasi muda.²⁵

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, maka semakin penting juga peran media sosial terhadap masyarakat sebagai suatu faktor penunjang bertambahnya informasi. Media Sosial saat ini memiliki banyak jenisnya mulai dari Instagram, Tiktok, Twitter, dan lain sebagainya. Di media sosial juga kita bisa dengan mudah mengakses beberapa informasi - informasi penting terkait kesehatan, hiburan, hingga Politik suatu negara seperti contoh “Kampanye Pilpres”.

Media sosial atau internet yang membahas tentang “Kampanye Pilpres” kerap kali memberikan dampak yang sangat serius bagi penggunanya. Seringkali Media sosial bisa memberikan informasi yang bermanfaat ataupun informasi hoax (berita bohong). Dengan ini kita harus bisa lebih berhati - hati terhadap berita - berita yang disajikan oleh internet.

Media Sosial bisa memberikan Dampak yang berbeda - beda bagi para penggunanya, tergantung bagaimana mereka bisa memanfaatkannya dengan baik. Namun terkadang walaupun para pengguna internet sudah menggunakan media sosial dengan baik, tetap saja masih ada oknum - oknum yang menyajikan berita - berita bohong terkait seseorang ataupun Topik yang sedang ramai diperbincangkan.

²⁴ Andrias Pujiono, “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z”, (Didache: Journal of Christian Education, Vol. 2, No. 1 (2021)), hlm. 1-19.

²⁵ [Ketua Bawaslu Sebut Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Zillennial \(sindonews.com\)](https://www.sindonews.com) diakses pada tanggal 15 November 2023.

Banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial, semakin banyak juga konten mengenai Politik dan Kampanye Pilpres. Karena dengan media sosial juga, komunikasi antar sesama semakin cepat tersebar luas. Momen ini dijadikan kesempatan bagi para Capres dan Cawapres untuk bisa mendekatkan diri kepada masyarakat dengan memperkenalkan dan menyajikan konten - konten terkait visi misi kerja para Capres dan Cawapres itu sendiri melalui platform tersebut atau biasa disebut sebagai kampanye.

Media sosial juga dianggap sangat efektif karena memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi politik. Terlebih lagi media sosial saat ini sudah banyak sekali yang menggunakan karena dianggap sudah sangat populer dan sangat berkembang. Kampanye melalui media sosial juga bisa menjadi sarana mengurangi anggaran biaya dan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

Penggunaan media sosial oleh masyarakat bisa memberikan perubahan terhadap kondisi sosial politik di Indonesia, selain itu juga bisa mempengaruhi partisipasi para pemilih. Semakin banyaknya kampanye yang dilakukan di Media sosial, bisa menjadi suatu daya tarik bagi para pemilih, terlebih lagi anak remaja yang berumur 17 tahun telah mempunyai hak untuk memilih. Hal ini disebabkan oleh ketertarikan mereka terhadap konten yang disajikan sehingga mereka bisa merasa bahwasanya ikut berpartisipasi dalam Pilpres merupakan hal yang sangat penting. Sebagai generasi muda harus bisa membedakan mana konten yang bermanfaat dan tidak. Jadilah generasi muda yang bisa memberikan hal positif kepada orang lain, dengan memberikan konten yang mendidik. Karena kalau bukan dimulai dari kita dari siapa lagi. Jadi kita harus bisa memberikan dampak positif bagi diri kita, orang lain, dan kehidupan selanjutnya.²⁶

Penutup

Ditahun 2024 akan menjadi ajang pemilu bakal calon Presiden di Indonesia. Oleh karena itu, para calon presiden dan wakil presiden pada saat ini melakukan kegiatan kampanye. Ada tiga nama yang kerap populer untuk menduduki kursi orang nomor satu di Indonesia, yang pertama yaitu Anies Baswedan mantan Gubernur D.K.I Jakarta,

²⁶ Achmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra, “Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019 : studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM” , Jurnal PolGov Vol. 2 No. 1 2020

Prabowo Subianto Menteri pertahanan Indonesia saat ini, dan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Untuk menduduki jabatan presiden, mereka melakukan kampanye. Kampanye pada zaman sekarang sudah dapat memanfaatkan media sosial agar dapat menarik masyarakat. Namun, pada masa kampanye inilah banyak terjadi kontroversial antara calon presiden dan calon wakil presiden. Banyak berita di media sosial yang mengunggah mengenai visi, misi, ideologi, bahkan tentang keseharian dari calon presiden. Berita tersebut bisa tersebar melalui berbagai media sosial seperti, Instagram, tik tok, X, koran digital, dan lain sebagainya. Namun, selain berita atau informasi yang bagus atau benar, banyak informasi yang kurang benar atau informasi palsu yang tersebar. Oleh karena itu, kita sebagai Masyarakat harus dapat membedakan informasi yang benar atau salah.

Penggunaan Media Sosial oleh para kontestan pilpres sangat penting untuk memperebutkan suara generasi muda. Konten yang digunakan harus menarik dan memberikan pendidikan politik yang baik. Media Sosial bisa memberikan Dampak yang berbeda - beda bagi para penggunanya, tergantung bagaimana mereka bisa memanfaatkannya dengan baik. Namun terkadang walaupun para pengguna internet sudah menggunakan media sosial dengan baik, tetap saja masih ada oknum oknum yang menyajikan berita - berita bohong terkait seseorang ataupun topik yang sedang ramai diperbincangkan. Jadi kampanye dengan media sosial pasti juga memiliki dampak yang berbeda-beda. Oleh karena itu, kita harus dapat membedakan informasi kampanye yang benar atau yang salah, agar kita dapat memilih presiden yang bertanggung jawab untuk negara kita.

Daftar Pustaka

Ahmad Nurcholis dan Tri Rizki Putra, “Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa Fisipol UGM”, Jurnal PolGov Vol. 2, No. 1, 2020.

Akbar, Alfitra “*Membandungkan Rekam Jejak Kontroversial Tiga figure Bakal Capre*”, 2 juni 2023, <https://tirto.id/membandingkan-rekam-jejak-kontroversial-tiga-figur-bakal-capres-gLIP>

Andrias Pujiono, “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z”, (Didache: Journal of Christian Education, Vol. 2, No. 1, 2021.

- Anjani, Sari dan Irwansyah, “Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]”, POLYGLOT: Jurnal Ilmiah, Vol 16, No 2 July 2020, https://www.researchgate.net/publication/342146783_PERANAN_INFLUENCER_DALAM_MENGGOMUNIKASIKAN_PESAN_DI_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM_THE_ROLE_OF_SOCIAL_MEDIA_INFLUENCERS_IN_COMMUNICATING_MESSAGES_USING_INSTAGRAM
- Ardha, Berliani. “*Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*”, (Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, Mei 2014: 105-120), <https://media.neliti.com/media/publications/142298-ID-social-media-sebagai-media-kampanye-part.pdf>
- Arifin, Rudi Dian. “*Pengertian Twitter Beserta Sejarah, Fitur, Fungsi, dan Manfaat, dll*”, 2023, dianisa.com. <https://dianisa.com/pengertian-twitter/>
- Dwi, Andika. “*Sederet Kintroversi Mahfud MD, Dari Senggol Kemenkeu, Hingga Dianggap Jubir KPK*”, 18 oktober 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1785501/sederet-kontroversi-mahfud-md-dari-senggol-kemenkeu-hingga-dianggap-jubir-kpk>
- Firdaus, Randy Ferdi. “*Kontroversi Setelah Gibran Jadi Cawapres Prabowo*”, 23 oktober 2023, <https://www.merdeka.com/politik/kontroversi-setelah-gibran-jadi-cawapres-prabowo-38657-mvk.html>
- Firdausi, Arifina Cahyati, “*6 Kontroversi Cak Imin Bakal Jadi Masalah Di Pilpres 2024?*”, 7 september 2023, <https://tirto.id/nasib-kampung-bayam-jakarta-tergusur-stadion-megah-gbHv>
- Insan harahap harahap, “*Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia*”, *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 17, No. 1, 2020.
- Nur Rohim Yunus, et al, “*Kecebong Versus Kampret; Slogan Negatif Dalam Komunikasi Politik Pada Pemilihan Presiden 2019*”, *Salam: Jurnal Salam dan Budaya Syar-i*, Vol. 6 No. 4, 2019.
- Nurcholis, Ahmad dan Tri Rizki Putra, “*Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM*”, *Jurnal PolGov* Vol. 2 No. 1 2020,

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No. 23 tahun 2018 pada pasal 1 ayat 2

Rahmawati, Nurlaili. (2023). “*Strategi Political Branding Kampanye Peserta Pemilu Melalui Media Sosial Untuk Mendulang Suara*”, Jakarta: Netfid Indonesia

Ratnamulyani, Ike Atikah dan Beddy Iriawan Maksudi, “*Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor*”, (Jurnal Universitas padjajaran Vol. 20, No. 2, Juli 2018), <https://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/download/13965/8345>

Sellita, “*Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia Social Networks and Elections: Evidence From The Indonesian Presidential Elections*”, Jurnal Lemhannas RI, Volume 10 No 03, <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/293>

Peraturan Perundang-Undangan

Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No. 18 tahun 2023

Berita Online

[Nomor Urut Pilpres 2024: Anies-Cak Imin 1, Prabowo-Gibran 2, Ganjar-Mahfud 3 \(detik.com\)](#)

<https://tirto.id/nasib-kampung-bayam-jakarta-tergusur-stadion-megah-gbHv>,

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190311111817-32-376144/agum-gumelar-klaim-tahu-detail-seputar-penculikan-aktivis-98>,

<https://www.kompas.id/baca/riset/2023/04/24/jejak-kiprah-kepemimpinan-ganjar-di-jawa-tengah>

<https://tirto.id/membandingkan-rekam-jejak-kontroversial-tiga-figur-bakal-capres-gLIP>

<https://tirto.id/nasib-kampung-bayam-jakarta-tergusur-stadion-megah-gbHv>

<https://www.merdeka.com/politik/kontroversi-setelah-gibran-jadi-cawapres-prabowo-38657-mvk.html>

<https://www.merdeka.com/politik/kontroversi-setelah-gibran-jadi-cawapres-prabowo-38657-mvk.html>,

[Ketua Bawaslu Sebut Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Zillennial \(sindonews.com\)](#)