



PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT POLITIK CITRA DIRI

¹Ikamah Wati, ²Darto Wahidin

^{1,2}Universitas Pamulang

*Email Korespondensi: dosen02827@unpam.ac.id

ABSTRAK

Pesatnya arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era global ini menjadi suatu tantangan dan peluang tersendiri bagi bangsa Indonesia. Lahirnya media sosial mampu memberikan pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan bangsa Indonesia. Media sosial menjadi salah satu hal yang tidak lepas dari kehidupan masyarakat Indonesia. Media sosial memberikan banyak kebermanfaat bagi masyarakat, tak terkecuali dalam bidang politik. Peranan media sosial dalam bidang politik perlu diwaspadai oleh tiap individu. Peranan media sosial dalam bidang politik dapat dilihat dari banyaknya para actor politik yang memanfaatkan media sosial sebagai alat politik citra diri guna meningkatkan elektabilitas diri mereka dimata masyarakat. Melihat hal tersebut, penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui peran media sosial, media sosial yang sering digunakan oleh para actor politik, dan peran media sosial sebagai alat politik citra diri. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengacu pada penelitian kepustakaan dengan memanfaatkan berbagai sumber data literature. Hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peran media sosial dalam bidang politik sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari peran media sosial sebagai alat politik citra diri yang sering digunakan oleh para actor politik guna menarik perhatian masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, Politik, Citra Diri

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology in this global era has become a challenge and opportunity for the Indonesian people. The birth of social media was able to have a significant influence on the lives of the Indonesian people. Social media is one of the things that cannot be separated from the lives of Indonesian people. Social media provides many benefits for society, including in the political field. Every individual needs to be aware of the role of social media in the political sector. The role of social media in the political field can be seen from the number of political actors who use social media as a political tool for self-image to increase their electability in the eyes of society. Seeing this, this research needs to be carried out to determine the role of social media, social media which is often used by political actors, and the role of social media as a political tool for self-image. The method in this research uses a qualitative approach which refers to library research by utilizing various sources of literature data. The results and conclusions in this research show that the role of

social media in the political field is very large. This can be seen from the role of social media as a political tool for self-image which is often used by political actors to attract public attention.

Keywords: *Social Media, Politics, Self image*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah Republik Rakyat Tiongkok, India, dan Amerika Serikat, dengan jumlah penduduk yang besar tersebut maka sangat dimungkinkan akan menjadi peluang sekaligus tantangan tersendiri manakala tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Apalagi dari jumlah penduduk di Indonesia tersebut setengahnya merupakan usia produktif, di mana hal ini menjadi kekuatan yang besar bagi suatu negara untuk maju. Tepat tahun 2045 Indonesia akan memasuki usia 100 tahun atau 1 abad, hal ini dikenal juga dengan istilah Indonesia emas. Namun, sebelum memasuki masa itu Indonesia harus menghadapi peluang dan tantangan bonus demografi yang diprediksi terjadi pada tahun 2030. Dimana pada masa tersebut jumlah usia produktif jauh lebih banyak dibandingkan dengan usia non produktif. Kejadian tersebut tidak akan terulang kembali dalam suatu negara, maka disini Indonesia harus dapat memanfaatkan peluang tersebut. Dengan melihat peluang tersebut, Indonesia dapat menjadi negara maju di masa yang akan datang.

Pesatnya arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era global saat ini juga memengaruhi bonus demografi yang akan dialami oleh Indonesia. Lahirnya media sosial menjadi salah satu contoh dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi di Indonesia. Media sosial sebagai salah satu media online yang dapat diakses dengan mudah oleh para penggunanya. Media sosial sangat memudahkan para penggunanya untuk berbagi informasi, menciptakan isi jejaring sosial, situs, blog, dan lain sebagainya (Wulansari, 2014). Dengan munculnya media sosial ini sangat memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi dimana usia produktif jauh lebih banyak dibandingkan usia non produktif harus dimanfaatkan dengan baik. Berdasarkan presentase pada tahun 1970 penduduk anak diperkirakan sebesar 44,12%, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 24,56%. Sedangkan, pada tahun 1971 presentase penduduk usia produktif sekitar 53,39% dari total populasi dan pada 2020 mengalami peningkatan sebesar 70%.

Bonus demografi terjadi dalam durasi dan kurun waktu yang berbeda-beda di suatu negara. Di Asia, beberapa negara mengalami bonus demografi sejak tahun 1975 dan diperkirakan akan berakhir di tahun 2033 (Mason, dkk, 2017). Bonus demografi akan menciptakan jendela peluang ketika angka beban ketergantungan mengalami penurunan yang dratis atau berada di titik terendah. Indonesia diperkirakan akan mengalami bonus demografi pada tahun 2020-2030 (Adioetomo, 2020). Sementara itu, bonus demografi yang dialami Indonesia diperkirakan akan berakhir di tahun 2035 (Adioetomo, & Mujahid, 2014).

Di Indonesia sebagian besar pengguna media sosial berada pada mayoritas usia produktif (15-64 tahun). Usia produktif tersebut merujuk pada dominasi para generasi muda milenial yang menjadi mayoritas pengguna media sosial paling banyak yang diperkirakan sekitar 25,87%. Banyaknya fitur yang tersedia di media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube menjadi sesuatu hal yang menarik bagi para generasi milenial. Oleh karena itu, para generasi milenial harus memahami kaidah-kaidah pemanfaatan media sosial agar dapat menggunakannya dengan bijak. Pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sangatlah penting bagi generasi muda bangsa agar tidak larut dalam penggunaan media sosial di kehidupan sehari-hari.

Media sosial menjadi salah satu media online yang sangat berpengaruh dalam kehidupan

sehari-hari. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, tak terkecuali dalam bidang politik. Media sosial memiliki peranan besar dalam bidang politik. Media sosial merupakan sebuah alat yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk berinteraksi secara leluasa, membangun relasi, menjalin kerja sama dengan pihak lain tanpa bertatap muka secara langsung. Media sosial memberikan banyak kemudahan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan teknologi informasi saat ini sudah semakin canggih, sehingga menjadi gaya hidup masyarakat diseluruh dunia termasuk Indonesia (Arifin & Pamula, 2018). Peranan media sosial dalam masyarakat Indonesia cukup besar, setiap individu pasti memiliki akun media sosial.

Dilihat dari hal tersebut, banyak para actor politik yang memanfaatkan media sosial untuk kepentingan politiknya. Para actor politik memanfaatkan media sosial untuk membangun citra dirinya di kalangan masyarakat. Keaktifan para actor politik dalam membuat konten-konten kegiatannya dalam kehidupan sehari-hari yang mengandung kesan simpatik terhadap rakyat yang kemudian akan disebarluaskan melalui media sosial inilah yang nantinya akan mendobrak citra diri yang baik di kalangan masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial para actor politik berusaha menarik simpati rakyat guna meningkatkan citra dirinya di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas mengenai peranan media sosial dalam bidang politik. Masyarakat Indonesia harus memahami kaidah-kaidah pemanfaatan media sosial guna mampu menggunakan media sosial dengan bijak dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan keterangan diatas, dapat dipahami bahwa praktik permainan citra diri banyak digunakan oleh para aktor politik untuk menarik perhatian dari khalayak masyarakat. Apalagi menjelang pemilihan umum yang akan dilaksanakan pada tahun 2024. Para actor politik yang seharusnya menuangkan gagasan-gagasan, ide-ide cemerlang dan kualitas dirinya kepada khalayak masyarakat justru lebih cenderung membangun popularitas dengan cara-cara narsis yang hanya menyentuh persepsi dangkal bukan pada realitas yang nyata. Dalam permainan citra diri inilah kualitas diri para actor politik tidak ditampilkan secara nyata yang terjadi hanyalah permainan rekayasa citra diri untuk mengelabui masyarakat. Oleh sebab itu, pengkajian penulisan artikel terkait peran media sosial sebagai alat politik citra diri ini sangatlah penting untuk dilakukan. Penyalahgunaan media sosial dalam bidang politik haruslah ditangani agar praktik politik di Indonesia sesuai dengan tujuan politik yang bersih tanpa adanya rekayasa untuk mengelabui masyarakat. Dengan demikian, penulisan artikel ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apa saja peranan media sosial?; (2) apa media sosial yang sering digunakan oleh para actor politik?; (3) bagaimana peran media sosial sebagai alat politik citra diri?.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif deskriptif ini yakni penelitian yang bertujuan untuk memahami berbagai fenomena yang telah dialami oleh subyek penelitian. Misalnya, mengenai motivasi, perilaku, sikap dan lain sebagainya (Moleong, 2008). Merujuk pada pendapat Miles dan Hiberman, metode pendekatan kualitatif ini akan mengungkap data yang berupa fakta dan fenomena. Penelitian dengan menggunakan studi kualitatif ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, keterangan yang tertulis atau ungkapan yang dapat diamati. Mengutip pendapat dari Jalaluddin Rahmat, penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan sistematika fakta atau karakteristik bidang tertentu secara faktual dan cermat. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengkaji peran media sosial sebagai alat politik citra diri. Peran media sosial sebagai alat politik citra diri ini banyak dimainkan oleh para actor politik guna menarik perhatian dari khalayak masyarakat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data literature yang diperoleh dari berbagai jurnal-jurnal ilmiah baik

internasional maupun nasional, buku-buku yang berkaitan dengan penelitian, dan sumber media online yang terpercaya. Setelah data terkumpul, penulis akan menganalisis keseluruhan data menggunakan teknik analisis data yakni mereduksi data mengenai peran media sosial, media sosial yang sering digunakan oleh para actor politik, dan peran media sosial sebagai alat politik citra diri. Selanjutnya, menyajikan data yang sudah dianalisis, dan menarik kesimpulan serta memberikan berbagai saran. Dengan melakukan berbagai cara tersebut penelitian ini dapat terselesaikan dan diharapkan mampu menambah wawasan bagi para pembaca mengenai peran media sosial sebagai alat politik citra diri yang sering digunakan oleh para actor politik.

HASIL PENELITIAN

Pesatnya arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era global ini tidak dapat dihindari. Lahirnya media sosial di era global saat ini memberikan banyak manfaat dalam berbagai bidang, tak terkecuali dalam bidang politik. Media sosial memiliki peranan penting dalam bidang politik. Praktik politik yang terjadi saat ini tidaklah terlepas dari pengaruh media sosial. Salah satu peranan media sosial yakni sebagai sarana komunikasi antara para actor politik dengan warga masyarakat. Para actor politik menyadari bahwasanya media sosial ini memberikan kemudahan bagi para actor politik untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan khalayak masyarakat. Dengan adanya media sosial, penyebaran informasi, gagasan-gagasan, ide-ide, partisipasi, bahkan protes dan publikasi kebijakan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat dibandingkan dengan menggunakan media cetak (Heryanto, 2018). Melalui media sosial inilah para actor politik menyampaikan visi dan misinya kepada khalayak masyarakat. Visi dan misi yang disampaikan oleh para actor politik ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap citra diri yang ditampilkan oleh para actor politik.

Merujuk pada hal tersebut, komunikasi politik ini melibatkan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh para actor politik yang berkaitan dengan pemerintahan, serta kekuasaan dan kebijakan yang nantinya akan dibuat (Wahid, 2018). Komunikasi politik ini menjadi suatu hal penting dalam sistem politik karena berkaitan dengan kebijakan pemerintah, isu-isu kekuasaan politik, dan berbagai aturan-aturan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam politik. Terdapat beberapa batasan mengenai definisi komunikasi politik, antara lain: (1) Komunikasi yang dilakukan oleh para actor politik guna mencapai tujuan dari politik; (2) Komunikasi politik dapat dilakukan oleh actor politik nonpolitikus atau actor politik; (3) Komunikasi berkaitan dengan para actor politik dan aktivitasnya, seperti konten keseharian, berita, dan bentuk lainnya dari media politik. Berkaitan dengan hal tersebut, terdapat pula unsur-unsur komunikasi politik yakni siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, saluran apa yang digunakan, kepada siapa hal tersebut disampaikan, dan apa akibat dari hal tersebut (Wahid, 2018). Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik ini melibatkan para actor politik dan pesan-pesan yang ingin disampainya kepada khalayak masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan oleh para actor politik ini memanfaatkan media sosial sebagai perantara penyampaian pesan-pesan politiknya kepada masyarakat.

Media sosial juga diartikan sebagai platform media baru berbasis digital yang menyediakan ruang untuk para penggunanya agar dapat bertukar informasi, mengemukakan pendapat atau pemikiran, berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya tanpa harus bertatap muka secara langsung (Harahap & Adeni, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, terdapat empat elemen logika dasar dalam media sosial, yakni popularitas atau ketenaran, keterkaitan, datafikasi, dan kemampuan program. Elemen tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut; Popularitas lebih cenderung pada sesuatu yang mendorong seseorang agar disukai. Keterkaitan melibatkan hubungan yang saling menguntungkan antara pengguna media sosial, platform yang digunakan, dan pembentukan citra dari kelompok. Datafikasi lebih cenderung pada kemampuan platform media sosial dalam mengukur data yang ada dalam platform media

sosial. Kemudian, kemampuan program lebih cenderung pada proses pengguna dalam mengunggah konten untuk memberikan informasi, sedangkan pemilik situs dapat mengubah data untuk memengaruhi lalu lintas data (Stefan Stieglitz, and Linh Dang-Xuan, 2014).

Media sosial memiliki peranan penting dalam memengaruhi dunia politik. Hal ini dapat dilihat dari masa kampanye politik, media sosial menjadi salah satu media alternative yang digunakan oleh para actor politik dalam kampanye politik untuk menarik partisipan masyarakat. Seperti dalam pemilihan Presiden Amerika Serikat di tahun 2008. Dimana dalam pemilihan Presiden tersebut, mantan Presiden Amerika Serikat yaitu Barack Obama memanfaatkan media sosial untuk mengoptimalkan kampanye politiknya agar dapat mencapai tujuan politiknya. Hingga akhirnya, Obama dapat memenangkan pemilu tersebut dan menjabat pada tahun 2009 (Bogost, 2017). Di Indonesia media sosial juga memiliki peranan penting dalam kampanye politik untuk menarik partisipan dari khalayak masyarakat. Setiap actor politik pasti memiliki akun media sosial masing-masing, seperti Presiden Jokowi, Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo dan jajaran para menteri serta para actor politik lainnya. Para actor politik memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, mempromosikan diri dan membangun citra dirinya kepada khalayak masyarakat. Dengan begitu, maka kampanye politik yang memanfaatkan media sosial ini akan berjalan dengan efektif dan memberi keuntungan bagi para actor politik untuk membangun citra dirinya dan menggaet suara masyarakat pada waktu terselenggaranya pemilu (Ardha, 2014).

Kekuatan platform media sosial yang dapat menyebarluaskan informasi dengan mudah dan cepat, serta melihat dari kesuksesan para industri bisnis yang mampu memasarkan produk mereka ke masyarakat secara luas dengan mudah dan efisien membuat para actor politik mulai mendekati media sosial sebagai salah satu platform untuk strategi komunikasi politiknya dalam kampanye politik agar mendapat dukungan dari para calon pemilih dan untuk mencapai tujuan dari politiknya (Nulty, Theocharis, Popa, Parnet, & Benoit, 2016). Pendekatan politik melalui media sosial yang dilakukan oleh para actor politik ini merupakan sebuah strategi yang paling efektif untuk menggaet dukungan dari para calon pemilih. Media sosial dengan berbagai keunggulannya memberikan keuntungan tersendiri bagi para actor politik.

Masyarakat harus memiliki pengetahuan akan politik agar masyarakat tidak mudah terkelabui oleh para actor politik dan isu-isu politik yang tersebar di media sosial. Masyarakat harus memiliki pemahaman yang detail terhadap politik karena nantinya masyarakat akan terlibat secara langsung dalam bidang politik. Pengetahuan politik ini sangatlah penting untuk dikuasai oleh masyarakat. Dengan pengetahuan politik yang dimiliki oleh masyarakat inilah yang akan mendorong jalannya sistem politik yang sesuai dengan tujuan politik yang sesungguhnya. Pengetahuan politik merupakan suatu wawasan yang dimiliki oleh masyarakat yang berhubungan dengan berbagai agenda dalam sistem politik, yang berkenaan dengan pengetahuan tentang lembaga-lembaga negara, pengetahuan tentang tujuan dari negara, dan lain-lain (Budianto, 2017). Pengetahuan politik sebagai konsep dasar dalam bidang opini public dan perilaku politik. Pengetahuan politik dapat dilihat dari cara media sosial memberikan informasi mengenai keadaan politik kepada khalayak masyarakat. Dari situlah dapat dilihat bagaimana peranan media sosial dalam meningkatkan pengetahuan politik pada khalayak masyarakat (Holdbert, dalam Dimitrova, et al., 2014).

Menurut Jack Dennis (dalam Budianto, 2017) bahwa pengetahuan politik memiliki tiga variable di dalamnya, yakni; (1) pengetahuan yang berkaitan dengan pemerintah, dimana disini masyarakat harus memiliki wawasan tentang sistem pemerintahan, tatanan, dan komponen yang terdapat di dalamnya. (2) pengetahuan tentang aturan main politik, dimana masyarakat harus memiliki pengetahuan tentang sistem politik yang ada di Indonesia yakni sistem politik yang berlandaskan pada ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam UUD 1945. (3) pengetahuan yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat itu sendiri, dimana masyarakat disini harus memiliki pengetahuan tentang nilai-nilai, budaya, dan lingkungan masyarakat itu sendiri. Agar

ketika masyarakat menyampaikan aspirasi politiknya maka akan berkaitan dengan lingkungan mereka.

Dilihat dari hal tersebut, pengetahuan politik memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan nilai-nilai fundamental yang nantinya akan menjadi alternatif dalam pembuatan kebijakan dan kandidat politik (dalam Muntean, 2015). Pengambilan keputusan mengenai kebijakan yang akan dibuat ini secara langsung akan melibatkan masyarakat didalamnya. Setiap kebijakan-kebijakan tersebut harus dipatuhi oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengetahuan politik sangatlah penting untuk dimiliki oleh masyarakat. Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan politik dengan cara diskusi politik dan media (Eveland Jr, Hayes, Shah, & Kwak, 2016). Media sosial memberikan ruang untuk berdiskusi politik tanpa harus berkumpul dan bertatap muka secara langsung. Melalui media sosial masyarakat dapat berinteraksi satu sama lain membahas isu-isu politik dalam ruang public secara lebih luas. Interaksi melalui media sosial dalam diskusi public inilah yang nantinya akan melahirkan pengetahuan politik dalam kalangan masyarakat.

Dengan demikian, media sosial memiliki peranan penting dalam bidang politik. Media sosial berhasil mengambil peranan yang cukup penting dalam bidang politik. Media sosial menjadi sarana komunikasi antara warga masyarakat dengan para aktor politik. Media sosial juga sangat berpengaruh dalam kampanye politik. Tidak hanya itu, media sosial juga menjadi tempat untuk menggali pengetahuan politik yang lebih luas. Peranan media sosial yang cukup besar dalam bidang politik ini haruslah dimanfaatkan dengan bijak oleh para aktor politik dan warga masyarakat. Pemanfaatan media sosial yang bijak ini dapat mewujudkan jalannya sistem politik yang sesuai dengan tujuan politik.

Media Sosial yang Sering Digunakan oleh Para Aktor Politik

Media sosial merupakan media online yang hadir di era global saat ini yang telah dirancang untuk memudahkan manusia dalam berinteraksi sosial yang dilakukan dua arah atau interaktif. Media sosial memiliki peranan penting dalam menyebarluaskan informasi, penyebaran informasi melalui media sosial ini dapat dilakukan dalam jangka waktu yang cepat. Tidak hanya penyebaran informasi yang cepat, media sosial juga dapat menampung feedback dari pengguna akun media sosial tersebut. Dengan adanya media sosial masyarakat bisa mendapatkan informasi dan isu-isu politik terbaru yang sedang terjadi, serta masyarakat dapat memberikan feedback tentang isu-isu politik tersebut melalui media sosial.

Banyaknya fitur yang tersedia dalam media sosial sangatlah menguntungkan bagi para aktor politik. Komunikasi politik dapat dilakukan melalui media sosial dari berbagai fitur seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan lain-lain. Melalui fitur yang tersedia dalam media sosial inilah yang kemudian akan dikaitkan dengan penampilan citra diri dari aktor politik, tekstual dan verbal (Tosepu, 2018). Pembentukan citra diri para aktor politik ini akan sangat mudah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk mencapai tujuan dari politiknya, karena media sosial memiliki kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi berbagai audiens (Alam, 2019). Dengan kekuatan yang dimiliki oleh media sosial ini, sudah pasti akan memberikan pengaruh yang cukup besar dalam khalayak masyarakat. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia khususnya yang memiliki kepentingan politik menjadi daya tarik tersendiri. Dalam proses komunikasi politik di Indonesia, media sosial menjadi media masa depan yang digunakan karena dapat diakses dengan mudah, cepat, murah dan dapat digunakan untuk berinteraksi dengan para komunikator (Wahid, 2016). Dengan memanfaatkan media sosial, komunikasi politik yang ingin disampaikan oleh para aktor politik akan lebih mudah tersampaikan kepada khalayak masyarakat.

Dalam demokrasi politik yang diterapkan di Indonesia, media sosial memiliki peranan yang cukup besar. Media sosial dapat menarik partisipan melalui penyampaian pesan yang

cepat ditangkap oleh masyarakat. Media sosial sebagai sarana komunikasi membawa para penggunanya untuk berinteraksi secara aktif dengan memberi feedback dan tanggapan secara terbuka, baik untuk memberi informasi atau memberikan respon mereka secara online dalam waktu yang cepat (Budiyono, 2017). Jika dibandingkan dengan media sosial yang dulu dengan sekarang cukup banyak perubahan. Media sosial yang dulunya hanya dapat dilakukan dengan satu arah, kini telah berubah menjadi dua arah untuk memaksimalkan komunikasi diberbagai sector. Media sosial dapat mendukung pengolahan data, pemantauan, pengambilan keputusan, mengevaluasi dan menerima aspirasi. Komunikasi politik melalui media sosial terjadi dua arah yang dapat dimanfaatkan oleh para actor politik untuk mengendalikan opini public dan reaksi public secara cepat dan terbuka (Pienrasmi, 2015). Dengan demikian, media sosial dapat dimanfaatkan oleh para actor politik untuk menarik partisipan politik dan mengendalikan opini public serta reaksi dari masyarakat dalam bidang politik.

Banyaknya pengguna media sosial menjadi keuntungan tersendiri bagi para actor politik. Berdasarkan data dari We Are Social, yang memberikan informasi mengenai media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat Indonesia setiap tahunnya. Berdasarkan penelitian mereka, media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni; Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Line dan lain-lain. Dengan banyaknya fitur yang tersedia dalam media sosial tersebut, sangatlah menarik perhatian khususnya para generasi milenial dan Gen Z. Hal ini diperkuat oleh penyampaian dari agensi marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite yang menyatakan bahwa generasi milenial atau Gen Y dan Gen Z menjadi pengguna media sosial terbanyak di Indonesia. Kalangan muda dengan rentang usia 25-34 tahun mendominasi penggunaan media sosial terbanyak. Sekitar 99,1% dari 168,5 juta pengguna media sosial banyak mengakses lewat perangkat mobile seperti smartphone (Kompas, 2021).

Dalam memanfaatkan fitur media sosial tersebut. Terdapat beberapa karakteristik dari generasi milenial dan Gen Z. Menurut Lyson (2004), mengungkapkan ciri-ciri generasi milenial atau Gen Y yakni: (1) setiap individu memiliki karakteristik yang berbeda-beda, tergantung pada lingkungan tempat mereka dibesarkan, (2) Gen Y lebih cenderung terbuka dalam hal komunikasi, (3) Gen Y dalam menggunakan media sosial lebih bersifat fanatic dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan media sosial. Berdasarkan keterangan dari Lyson tersebut, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial atau Gen Y ini lahir pada saat internet sedang booming. Generasi milenial atau Gen Y ini juga sangat terbuka dalam hal komunikasi, serta memiliki sifat fanatic dalam penggunaan media sosial. Hal inilah yang membuat para actor politik menyadari bahwa pendekatan politik dengan para generasi milenial atau Gen Y harus dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Selanjutnya, Gen Z memiliki kesamaan dengan Gen Y, hanya saja Gen Z lebih mampu mengolah media sosial dengan aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan. Misalnya: menggunakan media sosial, menggunakan handpone, dan mendengarkan music dengan earphone. Segala aktivitas yang dilakukan oleh Gen Z ini akan cenderung berkaitan dengan dunia maya. Gen Z ini sudah mengenal perkembangan teknologi dan kecanggihannya sedari kecil, hal ini yang nantinya akan berpengaruh pada kepribadian dari Gen Z dan juga tanggapan mereka terhadap lingkungan sekitarnya (Putra, 2019).

Dilihat dari hal tersebut, penggunaan media sosial yang di dominasi oleh Gen Y dan Gen Z ini membuka kesadaran dari partai politik beserta para actor politik didalamnya yang nantiya akan terlibat dalam Pemilu 2024. Para actor politik menyadari bahwa komunikasi politik dengan generasi milenial dan Gen Z ini lebih mudah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Gen Y dan Gen Z menjadi salah satu partisipan yang penting dalam pemilu. Oleh karena itu, para actor politik harus mampu menarik perhatian dari para generasi milenial atau Gen Y dan Gen Z untuk turut serta berpartisipasi dalam pemilu 2024.

Pada studi kasus pemilihan Presiden RI pada tahun 2014 silam menjadi salah satu bukti yang menunjukkan strategi peran media sosial dalam bidang politik. Dua kandidat calon

Presiden Jokowi-Jusuf Kalla dan Prabowo-Hatta Radjasa menyadari bahwa media sosial menjadi salah satu media yang populer kala itu dan sangat menarik perhatian kalangan pemilih pemula dan para generasi muda. Oleh karena itu, dua calon kandidat Presiden tersebut memanfaatkan Twitter dan Facebook sebagai sarana komunikasi politiknya untuk berkampanye politik dan berinteraksi dengan para calon pemilih pemula dan para generasi muda dalam menyampaikan visi dan misinya. Dari Pilpres tahun 2014 ini, dari total 190 juta pemilih, 11% pemilih pemula, 30% pemilih muda dibawah umur 30 tahun, dan 23% pemilih belum menentukan pilihannya. Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu trik yang digunakan oleh para kandidat agar dapat diterima baik oleh para generasi muda dan pemilih pemula. Para actor politik harus mampu memanfaatkan berbagai fitur dalam media sosial untuk menarik perhatian para generasi muda sebagai pemilih pemula agar ikut berpartisipasi dalam pemilu 2024.

Selanjutnya, ada juga salah satu actor politik yang akrab dengan media sosial yakni Ridwal Kamil selaku Gubernur Jawa Barat. Ridwal Kamil memanfaatkan Instagram sebagai salah satu strategi pendekatannya kepada para generasi muda. Dalam akun Instagramnya Ridwan Kamil memiliki 7,4 followers pada tahun 2017 dan beliau juga mendapat posisi ke 9 sebagai politisi yang sering dibicarakan lewat media sosial Twitter. Hal ini diperkuat dalam tulisan, Aryojati Ardipandanto (2018) yang mengungkapkan bahwa dalam Pilgub tahun 2018, Ridwal Kamil menyadari banyaknya pengguna media sosial yang didominasi oleh para generasi muda. Dengan begitu, Ridwal Kamil melakukan pendekatan dengan generasi muda melalui media sosial. Ridwal Kamil melakukan pendekatan dengan fitur wajah dan gaya bahasanya yang mampu memikat perhatian dari para generasi muda, serta membangun citra diri yang baik dalam khalayak masyarakat.

Dengan demikian, berbagai fitur media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, Youtube dan lain sebagainya menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan oleh para actor politik untuk melakukan pendekatan politik kepada para generasi muda milenial dan kalangan masyarakat. Kepandaian para actor politik dalam menggunakan media sosial inilah yang nantinya akan menarik perhatian dari kalangan generasi muda milenial. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh para actor politik untuk melakukan pendekatan politik dan memberikan edukasi politik kepada para generasi muda agar mampu menyampaikan aspirasi mereka, memberikan feedback, dan menyampaikan pendapat dan gagasan-gagasan yang mereka miliki serta memberikan kritik terhadap isu-isu politik yang sedang terjadi.

Peran Media Sosial Sebagai Alat Politik Citra Diri

Kehidupan dinamika politik di Indonesia setiap tahunnya mengalami perubahan. Pesatnya arus perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini juga turut andil dalam memengaruhi jalannya praktik demokrasi di Indonesia. Di era digital saat ini, dengan hadirnya internet membuat proses komunikasi dapat dilakukan secara interaktif. Internet memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk bercakap-cakap tanpa harus bertatap muka. Dalam praktik demokrasi saat ini, media sosial dimanfaatkan oleh para actor politik untuk kepentingan politik dan membangun komunikasi politik untuk menampilkan citra dirinya agar terlihat oleh khalayak masyarakat. Hadirnya media sosial menjadi bukti dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era digital saat ini. Media sosial merupakan medium dari internet yang digunakan oleh penggunanya untuk menampilkan dirinya, berbagi informasi, berkomunikasi, berkolaborasi dengan pengguna lainnya dan akhirnya membentuk ikatan yang virtual (Nasrullah, 2017). Dengan demikian, media sosial memiliki peranan penting dalam mempengaruhi jalannya kehidupan politik di Indonesia.

Dalam kehidupan politik yang berjalan saat ini, strategi komunikasi politik menjadi salah satu factor penting dalam membangun citra diri para actor politik dihadapan masyarakat. Strategi komunikasi politik yang tepat juga akan mempengaruhi keberhasilan para actor politik

dalam pemilihan umum. Para actor politik menggunakan strategi komunikasi politik dalam bentuk retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, lobi politik dan tindakan politik yang sekiranya dapat membantu tercapainya tujuan dari politiknya. Semua strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh para actor politik ini berkaitan dengan pembentukan citra diri para actor politik kepada khalayak masyarakat dan untuk membangun opini public yang positif dalam kalangan masyarakat. Strategi komunikasi politik dilakukan sebagai upaya untuk memenangkan pemilu dan mendapat kekuasaan atau kedudukan dalam lembaga legislatif maupun eksekutif agar para actor politik dapat merealisasikan visi misinya dan program yang dimiliki oleh para actor politik. Hal ini dapat dilihat dari berbagai media sosial yang dengan gencarnya menyebarluaskan citra diri dari para actor politik. Apalagi menjelang pemilu 2024 nanti, para calon kandidat Presiden sudah banyak yang melakukan strategi komunikasi politiknya. Salah satunya yakni Ganjar Pranowo yang sering kali menggunakan retorika sebagai strategi komunikasi dalam politiknya. Hal ini dapat dilihat dari table dibawah ini.

Tabel 1. Strategi Komunikasi Politik

No.	Strategi Komunikasi Politik
1.	Retorika politik
2.	Agitasi politik
3.	Propaganda politik
4.	Lobi politik
5.	Tindakan politik

Tabel 1 menunjukkan bahwa bentuk dari strategi komunikasi politik yang sering digunakan oleh para actor politik, yakni: Pertama, retorika politik yang dilakukan oleh para actor politik dengan cara berpidato secara terbuka dihadapan khalayak masyarakat yang kemudian akan timbul wacana public dan akan berlangsung proses persuasi. Menurut Nimmo, pidato dengan cara retorika politik ini dapat membuat masyarakat paham dengan konflik dan consensus yang terus berlangsung. Retorika politik ini dapat digunakan oleh para kandidat untuk menarik perhatian dari kalangan masyarakat agar mereka dapat mengetahui konflik dan consensus yang tengah berlangsung dalam kehidupan politik saat ini.

Kedua, agitasi politik menjadi salah satu bentuk dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh para actor politik. Menurut Blommer, agitasi politik dilakukan dengan cara membuat keributan dalam masyarakat hingga masyarakat memiliki niat menentang dan gelisah dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian masyarakat akan digerakkan untuk mendukung gagasan baru yang sudah disiapkan oleh para actor politik. Agitasi ini lebih cenderung berkonotasi negative karena lebih kearah menghasut, mengancam, dan memunculkan rasa gelisah dalam kalangan masyarakat yang kemudian dapat menimbulkan pemberontakan.

Ketiga, propaganda politik merupakan komunikasi politik yang dilakukan dengan terencana dan sistematis, dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang atau kelompok tertentu untuk melakukan sesuatu hal atau kegiatan tertentu tanpa adanya paksaan. Ada beberapa macam propaganda politik antara lain: propaganda yang dilakukan secara terang-terangan, propaganda yang dilakukan dengan sengaja, dan propaganda yang tidak disengaja. Dalam negara demokrasi, propaganda politik sangat tidak disukai karena dapat menimbulkan konflik dalam politik. Sehingga, dilakukan berbagai pengembangan kegiatan politik lainnya seperti public relation politik dan pengetahuan tentang politik. Dilihat dari hal tersebut, pengembangan propaganda politik seperti public relation dan pengetahuan tentang politik dapat dilakukan oleh para kandidat agar dapat memberikan manfaat yang positif bagi khalayak masyarakat.

Keempat, lobi politik yang merupakan sebuah forum diskusi pembicaraan politik dalam perspektif untuk membangun komunikasi politik antar personal atau tatap muka yang bersifat dialogis. Dalam lobi politik ini pengaruh pribadi dari para actor politik sangatlah penting. Dalam hal kompetensi yang dimiliki oleh para actor politik, jabatan para actor politik,

penguasaan masalah dan kepribadian dari para actor politik sangatlah berpengaruh. Dalam lobi politik ini banyak para actor politik yang memanfaatkan kekuasaan dan jabatan untuk membangun komunikasi politik dengan para politisi lainnya.

Kelima, tindakan politik merupakan suatu bentuk seni dalam komunikasi yang digunakan dalam berbagai kegiatan politik. Tindakan politik ini mengacu pada beberapa strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh para actor politik seperti retorika politik yang dilakukan oleh para actor politik, lobi politik dan kampanye yang dilakukan oleh para actor politik. Berbagai tindakan politik yang dilakukan oleh para actor politik ini bertujuan untuk membangun citra politik kepada khalayak masyarakat yakni untuk memberikan gambaran realitas tentang politik yang penuh makna. Tindakan politik yang dilakukan oleh para actor politik ini memiliki peranan yang cukup penting dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh para actor politik untuk mencapai tujuan dari politiknya.

Keberhasilan dari para actor politik dalam membangun strategi komunikasi politik kepada khalayak masyarakat ini akan berkaitan dengan citra diri dari para actor politik. Menurut Peteraf dan Shanley, sebagaimana dikutip oleh Firmanzah (2009), image atau citra diri bukan hanya sebatas tentang persepsi atau identifikasi, namun juga merujuk pada pelekatan suatu individu pada kelompok atau komunitas. Image politik akan menunjukkan tingkat kompetensi dan kepercayaan yang dimiliki oleh partai politik dan para actor politik didalamnya. Oleh karena itu, para actor politik harus mampu membangun image atau citra dirinya dalam kalangan masyarakat.

Merujuk pada hal tersebut, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat berperan penting dalam pembentukan citra diri dari para actor politik. Citra diri para actor politik dapat dibangun dengan memanfaatkan media sosial salah satunya yakni dengan cara melakukan pemasaran politik atau iklan politik melalui media sosial. Iklan politik yang dilakukan oleh para actor politik ini merupakan bagian dari pemasaran politik yang bertujuan untuk menanamkan citra politik dalam kalangan public dan khalayak masyarakat (dalam Firmanzah, 2007). Penanaman citra diri dari para actor politik dapat dilakukan melalui media sosial yang nantinya akan menghasilkan pembentukan citra diri dari para actor politik dalam kalangan public. Merujuk pada hal tersebut, terdapat beberapa prinsip pengertian iklan politik (Wahid, 2018), yakni (1) iklan politik mengandung pesan yang ingin disampaikan, (2) iklan politik dilakukan oleh komunikator, (3) dilakukan dengan cara tidak perorangan, (4) iklan disampaikan untuk khalayak tertentu, (5) dibutuhkan biaya untuk penyampaian pesan, (6) mengharapkan dampak tertentu dari iklan tersebut. Dengan demikian, media sosial memiliki peranan penting dalam pembentukan citra diri dari para actor politik. Media sosial sebagai alat politik citra diri ini sebaiknya harus diiringi dengan kesadaran dari para actor politik. Pembentukan citra diri dari para actor politik harus dibarengi dengan pembuktian yang nyata tentang kualitas diri yang dimiliki oleh para actor politik serta membawa kebermanfaatannya bagi masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Pesatnya arus perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tidak dapat dihindari. Munculnya media sosial sebagai media online sangatlah bermanfaat bagi setiap individu. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan. Termasuk dalam kepentingan dibidang politik. Media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam bidang politik. Dinamika kehidupan politik yang berjalan di Indonesia tidaklah terlepas dari media sosial. Banyak para actor politik yang memanfaatkan media sosial untuk tujuan dan kepentingan dari politiknya. Berbagai fitur dalam media sosial menjadi salah satu keuntungan yang dapat dimanfaatkan oleh para actor politik. Peranan media sosial dalam dunia politik sangatlah besar. Permainan politik citra diri menjadi salah satu hal yang harus di waspadi oleh masyarakat agar mereka dapat memilih pemimpin yang baik bukan hanya sebuah pencitraan

semata. Oleh karena itu, masyarakat harus memiliki pengetahuan dan wawasan politik yang luas. Tidak hanya itu, para actor politik juga harus dapat memanfaatkan media sosial dengan bijak dalam bidang politik. Dengan demikian, maka diharapkan media sosial memberikan manfaat yang positif bagi kehidupan masyarakat dalam bidang politik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Bapak Darto Wahidin, S.Pd., M.Sc. selaku dosen pembimbing dalam penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adioetomo, S. M. & Mujahid, G. (2014). *UNFPA Indonesia Monograph Series: No 1 Indonesia on the Threshold of Population Ageing*, Jakarta: UNFPA Indonesia.
- Adioetomo, S. M. (2020). *Bonus Demografi dan Jendela Peluang Meletakkan Dasar Pembangunan Manusia*. In: S. M. Adioetomo & E. L. Pardede, eds. *Memetik Bonus Demografi*. Depok: Rajawali Pers, pp. 23-36.
- Mason, A., Lee, R., Abrigo, M. & Lee, S.-H. (2017). *Support Ratios and Demographic Dividends: Estimates for the World*, New York: United Nations.
- Alam, S. (2019). STRATEGY OF POLITICAL PARTY CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA (Case Study of Partai Solidaritas Indonesia in Criticizing the Indonesian Parliament Through YouTube). In *ICCD* (Vol. 2, No. 1, pp. 494-499).
- Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.
- Ardipandanto, A. (2020). Strategi Kampanye Dan Kemenangan Ridwan Kamil Dalam Pilgub Jabar 2018. *Kajian*, 23(3), 175-198.
- Bogost, I. (2017). Obama was too good at social media. *The atlantic*, 6.
- Budianto, R. (2017). Pengaruh Pendidikan Politik Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Tahun 2014 Di Kelurahan Simpang Pasir Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 93-106.
- Budiyono, M. (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47-62.
- Eveland Jr, W. P., Hayes, A. F., Shah, D. V., & Kwak, N. (2005). Understanding the relationship between communication and political knowledge: A model comparison approach using panel data. *Political Communication*, 22(4), 423-446.
- Firmanzah, M. P. (2007). *Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hakim, A. N. (2022). Analisis Penggunaan Media sosial Sebagai Alat komunikasi dan Pencitraan Diri Ridwan Kamil. *Jurnal UIN Walisongo Semarang, Tahun*.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Heryanto, G. G. (2019). *Panggung Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Nulty, P., Theocharis, Y., Popa, S. A., Parnet, O., & Benoit, K. (2016). Social media and political communication in the 2014 elections to the European Parliament. *Electoral studies*, 44, 429-444.
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan social media oleh praktisi public relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 199-210.
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Social media and political communication: a social media analytics framework. *Social network analysis and mining*, 3, 1277-1291.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media baru dalam komunikasi politik (komunikasi politik i dunia virtual)*. Jakad Media Publishing.
- Wahid, U. (2016). Komunikasi politik: Teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.
- Wulansari, I. (2014). Artikulasi komunikasi politik Ridwan Kamil dalam media sosial Twitter. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 20-40.