

Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Menggunakan Media Sosial Pada Pemilu 2024 Di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Panakukang Kota Makassar

Community Political Participation In Using Social Media In 2024 Election In The Tamamaung Vilage, Panakukang District, Makassar City

Rahmawaty Djaffar¹, Muhammad Rustam²

Badan Research dan Imovasi Nasional ^{1,2}

Email : Rach024@brin.go.id¹ , Muha254@brin.go.id²

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perkembangan melalui adanya internet sebagai media informasi, Media internet sebagai sumber informasi memiliki berbagai fitur-fitur menarik untuk menyampaikan dan memperoleh informasi yang akurat. Penggunaan internet merupakan media social yang ada saat ini banyak digunakan masyarakat termasuk pula digunakan dalam kegiatan politik menghadapi konstelasi politik di pemilu tahun 2024.

Keberadaan media sosial diharapkan dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam menghadapi pemilu tahun 2024. Hal ini dapat dilihat saat ini, peserta pemilu lebih banyak memanfaatkan media sosial dalam berkampanye untuk menyampaikan visi dan misi serta program yang ditawarkan kepada pemilih. Media social dapat juga digunakan untuk menarik pemilih dalam meningkatkan elektabilitas partai maupun para calon kandidat peserta pemilu.

Hasil studi menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk memengaruhi partisipasi pemilih dalam pemilu tahun 2024. Tingginya penggunaan media social oleh masyarakat melalui media sosial menimbulkan dampak yang signifikan bagi peserta pemilu dan partai pemilu pada pemilu tahun 2024. Media social dapat berfungsi meningkatkan partisipasi politik masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Panakukang. Adanya media social yang digunakan dalam kampanye akan membantu pemilih untuk mengetahui visi dan misi serta

program calon kandidat peserta pemilu. Ini dibuktikan oleh jawaban responden dari pertanyaan pertama hingga pertanyaan terakhir, yang hampir semuanya menunjukkan bahwa media sosial berhasil mempengaruhi partisipasi mereka sebagai partisipasi, dan bahwa adanya media sosial juga dapat menyebabkan peningkatan partisipasi pemilih. Jawaban responden yang mendukung gagasan bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan.

Kata kunci: Media Sosial, Partisipasi Politik

Abstract

The development of science and technology continues to experience development through the existence of the internet as an information medium, internet media as a source of information has various interesting features to convey and obtain accurate information. The use of the internet is a social media that is currently widely used by the public, including also used in political activities to face the political constellation in the 2024 elections.

The existence of social media is expected to increase people's political participation in facing the 2024 elections. This can be seen at this time, election participants are making more use of social media in campaigning to convey the vision and mission as well as the programs offered to voters. Social media can also be used to attract voters in increasing the electability of parties and candidates participating in elections.

The results of the research show that social media can affect voter participation in the 2024 election. The high use of social media by the public through social media has a significant impact on election participants and election parties in the 2024 election. Social media can function to increase people's political participation in Tamamaung Village, Panakukang district. The existence of social media that is used in the campaign will help voters to know the vision and mission as well as the program of the candidates for election. . Increased voter participation can also be caused by social media. This situation is proven in the answers of respondents who provide answers in the form of support that social media can increase voter turnout.

Keywords: Social Media, Political Participation

PENDAHULUAN

Dewasa ini Indonesia akan menghadapi pesta politik yang seluruh peserta pemilu akan bersaing merebut hati masyarakat untuk memilih wakil rakyat akan duduk di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) dan memilih Presiden dan Wakil Presiden. Setiap peserta pemilu harus bekerja keras dalam mempengaruhi pemilih dalam meningkatkan jumlah suara untuk mengangkat elektabilitas partai dan kandidatnya. Oleh karena itu, partai politik peserta pemilu harus mampu melihat fenomena yang terjadi saat ini, dimana perkembangan teknologi yang cukup pesat.

Perkembangan teknologi ditandai dengan adanya internet sebagai media social dalam mencari informasi bagi masyarakat dengan berbagai fitur-fitur yang dimiliki. Adanya berbagai fitur tersebut memberikan kesempatan yang cukup besar bagi para kandidat dalam menyampaikan visi dan misi mereka kepada

masyarakat. Penggunaan media social merupakan hal yang baru dalam pemilu 2024, dimana masyarakat akan lebih mudah memperoleh informasi mengenai perkembangan politik pemilu di Indonesia.

Adanya media sosial diharapkan dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena akan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana kampanye bagi partai politik. Oleh karena itu partai politik harus mampu berperan aktif dalam menggunakan media social sebagai alat kampanye. Akun media social akan membantu para peserta pemilu untuk membuat konten mengenai dalam memberikan informasi visi dan misi peserta pemilu untuk menarik hati pemilih. Secara tidak langsung penggunaan media social dapat membantu peserta pemilu baik secara perorangan, organisasi atau grup dapat memberikan kontribusi yang besar dalam kegiatan perpolitikan di Indonesia.

Merujuk pada Pemilu 2019, salah satu topik yang paling banyak dibicarakan adalah partisipasi pemilih milenial. Sebagian besar pemilih milenial merupakan pemilih pada Pemilu 2019. Secara umum, mereka adalah kelompok yang baru pertama kali ikut serta dalam Pemilu karena baru mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai syarat untuk memiliki hak pilih. Pemilih milenial sering dianggap kurang penting karena pengetahuan politik mereka yang masih minim dan diasumsikan tidak sebanding dengan pemilih yang lebih tua. Namun, pada Pemilu 2019, suara pemilih milenial justru menjadi perhatian para calon karena jumlahnya yang cukup besar, mencapai sekitar 14 juta pemilih. Dengan pengetahuan politik yang masih terbatas, pemilih milenial cenderung mudah dipengaruhi preferensi politiknya. Selain itu, banyak calon yang menyampaikan kampanyenya melalui media sosial, yang kebanyakan diakses oleh milenial, khususnya pemilih milenial.

Akibat banyaknya penggunaan media sosial di Indonesia, banyak konten politik yang tersebar di platform ini. Di media sosial, informasi bisa menyebar dengan cepat melalui individu atau kelompok, sehingga politisi sering memanfaatkannya untuk mempopulerkan diri mereka atau berkampanye. Selain itu, banyak media massa menggunakan media sosial untuk menyebarkan artikel atau konten berita mereka agar lebih mudah diakses oleh konsumen. Semakin mudah akses ke media sosial, semakin mudah pula masyarakat mendapatkan konten politik yang secara langsung mempengaruhi mereka. Media sosial juga sangat efektif sebagai alat komunikasi, khususnya dalam memberikan informasi dan menerima umpan balik dari politisi. Hal ini dapat mempererat hubungan antara politisi dan masyarakat. Saat ini, penggunaan media sosial semakin populer dan berkembang, bahkan hingga ke pelosok pedesaan. Dengan informasi yang disampaikan dengan baik, masyarakat akan lebih mudah memahami pesan-pesan politik dari para politisi. Akhirnya, dengan

penyampaian pesan politik yang tepat dan efektif, politisi dapat menarik simpati masyarakat, sehingga mereka akan menerima tujuan yang diinginkan oleh para politisi (Perangin-angin & Zainal, 2018). Kondisi yang terjadi saat ini, menunjukkan bahwa partisipasi politik masyarakat khususnya dalam pelaksanaan pemilu semakin menurun.

Banyaknya kekecewaan masyarakat terhadap program para calon legislatif sebelumnya yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat menyebabkan masyarakat merasa enggan untuk berpartisipasi dalam kegiatan pesta politik yang digelar setiap 5 tahun sekali ini. Kondisi ini akan berakibat pada kurangnya masyarakat datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) untuk menyampaikan aspirasinya di pemilihan umum tahun 2024.

Pada pemilihan umum tahun 2019 yang lalu banyak masyarakat yang tidak datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS), hal ini dikarenakan masyarakat Sulawesi Selatan (Sulsel) mengalami penurunan dalam berpartisipasi dalam kegiatan Pemilihan Umum. Fenomena yang terjadi tersebut, dikarenakan sebagian masyarakat merasa kecewa dengan kinerja apara anggota dewan. Adanya anggapan dari masyarakat bahwa para Calon Legislatif akan muncul dan mendekati masyarakat, jika pemilihan umum sudah dekat setelah itu calon legislatif ini akan menghilang jika sudah terpilih.

Demikian halnya di Kota Makassar para kandidat peserta Pemilihan Umum banyak yang bermunculan jika mendekati hari Pemilihan Umum Hal ini terkadang membuat perspektif negatif kepada Calon Legislatif. Kondisi ini akan menyebabkan masyarakat kurang percaya dengan Calon Legislatif yang mencalonkan dirinya dalam konstelasi pemilihan umum. Fenomena ini menunjukkan bahwa partisipasi akan terus mengalami penurunan, jika para Calon Legislatif tidak mampu menyakinkan masyarakat melalui penyampaian visi dan misi melalui media social yang paling banyak digunakan di berbagai lapisan masyarakat.

Khususnya di Kota Makassar penggunaan media social di kalangan masyarakat terus mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat penggunaan media hampir digunakan seluruh kalangan masyarakat. Melihat kondisi ini peserta pemilihan umum di Kota Makassar memanfaatkan media social dalam berkampanye menyampaikan visi dan misinya. Penggunaan media social dianggap cukup efektif dan efisien dalam menyampaikan visi dan misi sehingga hal dianggap sangat bermanfaat dalam menarik hati pemilih. Peserta Pemilihan Umum saat ini lebih banyak media social sebagai wadah dan alat untuk memberikan pemahaman partai apa yang sesuai dengan keinginan mereka.

Pemanfaatan media social merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam membantu para kandidat dan partai politik menyampaikan kegiatan-kegiatannya di masyarakat. Melalui media social diharapkan partisipasi politik

dapat lebih baik dan ditingkatkan dalam menghadapi pesta politik di tahun 2024 nantinya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dinamika pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi pemilih dalam pemilihan presiden 2024. Fokus penelitian ini berada di masyarakat Kelurahan Tamamamung, Kecamatan Makassar. Semakin maraknya penggunaan media sosial di Indonesia memberikan dampak nyata di berbagai bidang, termasuk kesehatan, olahraga, dan politik. Calon Presiden dan Wakil Presiden memanfaatkan fenomena ini untuk menyampaikan gagasan mereka dalam pemilihan presiden 2024. Kampanye yang dilakukan oleh para calon tidak lagi terbatas pada orasi di lapangan luas; dengan meningkatnya penggunaan media sosial, mereka kini dapat menyampaikan kampanye mereka melalui platform tersebut.

LANDASAN TEORI

Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat yang berhubungan dengan kegiatan politik di suatu Negara. Keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan politik dapat dilihat dari peran aktif masyarakat ikut ambil bagian dalam menyampaikan aspirasinya sehingga dapat menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan politik.

Menurut Ernawan (2021) partisipasi politik adalah adanya keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan politik atau peran aktif masyarakat untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik di suatu Negara. Keikutsertaan masyarakat ini dalam kegiatan perpolitikan diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menyusun kebijakan suatu Negara.

Karsiman Hadi (2020) dimaksud partisipasi politik adalah peran aktif masyarakat sebagai warga Negara dalam pengambilan keputusan politik guna mendukung penyusunan kebijakan-kebijakan yang akan digubakan untuk mengatur Negara. Usmar Said (2019) berpendapat bahwa partisipasi politik adalah keterlibatan masyarakat sebagai warga Negara dalam pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung kebijakan atau aturan yang akan disusun untuk mendukung pemerintah dalam melaksanakan program-program demi kemakmuran Negara dan bangsa. Sedangkan menurut Rasyid (2019) partisipasi politik adalah upaya yang dilakukan oleh masyarakat untuk ikut secara langsung dalam kegiatan politik sehingga peran aktif yang diberikan dapat membantu pemerintah menyampaikan atau menyusun kebijakan yang akan disampaikan ke masyarakat.

Sementara menurut Wardiman (2020) menjelaskan bahwa partisipasi politik adalah adanya keterlibatan masyarakat baik itu secara individu maupun secara kelompok sebagai warga negara dalam kegiatan politik atau proses politik yang

ingin terlibat secara aktif dalam kehidupan politik. Dalam konteks pemilihan umum sebagai kegiatan politik, partisipasi pemilih merujuk pada keterlibatan individu atau kelompok sebagai warga negara yang bertujuan untuk memberikan suara mereka dalam pemilihan umum.

Dari berbagai pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa partisipasi politik adalah keterlibatan masyarakat sebagai warga negara dalam aktivitas politik, yang dapat berdampak positif atau negatif terhadap negara dan masyarakat secara keseluruhan.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, partisipasi politik dalam konteks pemilihan umum berarti kegiatan masyarakat dalam memberikan suara mereka. Partisipasi politik semacam ini dapat disebut sebagai partisipasi politik konvensional, yang sejalan dengan definisi partisipasi politik.

Definisi Media Sosial

Perkembangan media social saat ini terus mengalami perubahan dari setiap waktu. Keberadaan media social dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas-fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Beberapa aktifitas yang dapat dilakukan di media social, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Pengertian media social adalah merupakan pengembangan dari internet sebagai suatu fenomena dalam memberikan informasi kepada masyarakat (Drajat, 2012). Media social sebagai label yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi produksi dan berbagai pesan. Penyampaian pesan melalui media social dapat membantu masyarakat memperoleh informasi yang lebih akurat. (Rasyid, 2020). Menurut Tjakradinata (2021) media social adalah suatu perangkat atau alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa media social merupakan alat komunikasi yang terdiri dari tulisan video dan gambar yang berisikan pesan dan informasi sehingga dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat sebagai pengguna media social. Dari pengertian di atas, dapat juga dipahami bahwa media social sebagai platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media social berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet. Fungsi media social dapat berfungsi sebagai media komunikasi karena media social dapat membantu penggunaannya dalam melakukan komunikasi antar dua arah dengan pemilih. Fungsi media social dapat digunakan sebagai branding untuk membangun citra di mata masyarakat. Adanya media social akan memberikan kemampuan untuk menyampaikan

informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh setiap orang.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kelurahan Tamamaung, Kecamatan Panakukang. Penelitian ini berfokus pada masyarakat di Kelurahan Tamamaung yang merupakan salah satu kelurahan di Kota Makassar yang memiliki pemilih terbanyak. Alasan ini sehingga peneliti memilih lokus penelitian di Kelurahan Tamamaung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian aksidental yaitu mereka yang ditemui dan bersedia memberikan informasi atau menjawab pertanyaan yang diberikan sesuai dengan konteks yang akan diteliti.

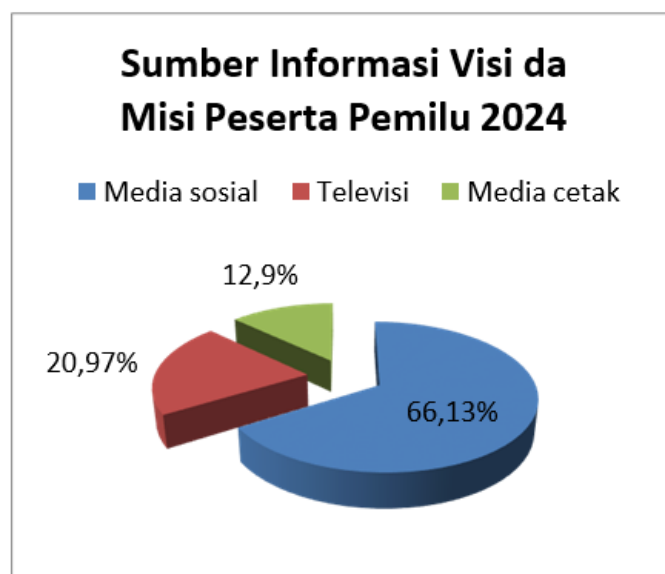
Analisis data dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dengan teori yang relevan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif, di mana hasil data dibandingkan dan dikonversi ke dalam bentuk kuantitatif, kemudian dideskripsikan berdasarkan fenomena yang terjadi. Hasil penelitian disusun dalam bentuk narasi untuk menjawab fenomena yang diteliti. Pendekatan analisis data ini bersifat kuantitatif, di mana data dimasukkan, dianalisis, dan disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelang Pemilihan Umum 14 Februari 2024, suara pemilih selalu menjadi perbincangan. Dalam pemilihan umum tahun 2024 ini jumlah pemilih mencapai 6,7 juta jiwa di 24 kabupaten/kota Sulawesi Selatan (KPU Sulsel, 2023). Hal ini menunjukkan jumlah pemilih yang sangat besar di Sulawesi Selatan dalam konstelasi politik sekarang ini. Dengan kondisi jumlah pemilih yang cukup besar ini, maka setiap peserta pemilihan umum harus mampu memanfaatkan seluruh kondisi yang ada saat ini termasuk dalam memanfaatkan media sosial.

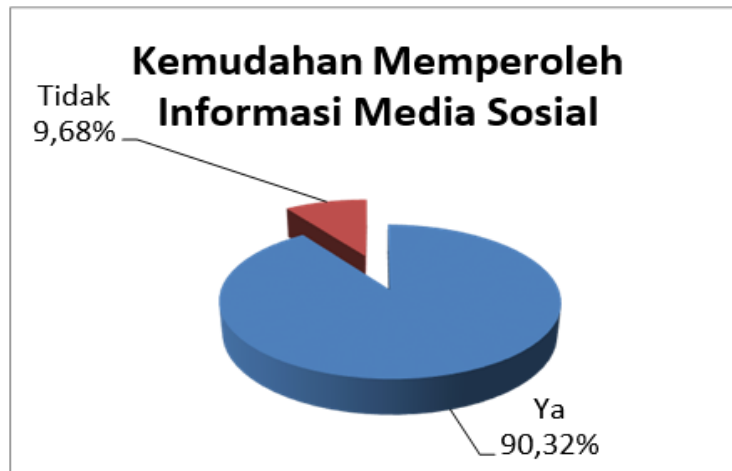
Salah satu yang menjadi perhatian bagi peserta pemilihan umum adalah sejauhmana mereka memanfaatkan sumber informasi untuk memilih wakil rakyat yang akan datang. Informasi wakil rakyat yang akan sebagai anggota dewan yang akan duduk dalam pemilihan umum tahun 2024 nanti. Kurangnya sumber informasi menyebabkan masyarakat kurang mengetahui visi dan misi dari calon anggota dewan yang bertarung dalam konstelasi pemilihan umum tahun 2024. Namun saat ini sumber informasi sangat mudah diperoleh oleh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden diminta untuk memilih tiga sumber informasi yang paling berpengaruh dalam mengetahui visi dan misi calon peserta pemilihan umum. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa media sosial merupakan sumber informasi utama untuk mengetahui calon peserta pemilihan umum 2024. Dari 62 responden menunjukkan pengguna media sosial sebanyak 41 orang atau 66,13 %, media televisi sebanyak 13 orang atau 20,97%, dan media cetak sebanyak 8 orang atau 12,90 %. Untuk lebih jelas prosentase sumber informasi yang digunakan masyarakat untuk mengetahui visi dan misi peserta pemilihan umum tahun 2024 dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Berdasarkan diagram di atas, menunjukkan bahwa masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Tamalate sebahagian besar diperoleh melalui media social. Hal ini dikarenakan media social merupakan paling banyak digunakan untuk melakukan browsing dalam mencari informasi dari seluruh aspek yang ada saat ini termasuk mendapat informasi tentang visi dan misi calon peserta pemilihan umum tahun 2024 nantinya. Hal ini menjadi peluang bagi peserta pemilihan umum untuk memanfaatkan media sosial ini untuk menarik suara dari masyarakat yang akan mengikuti pemilihan umum tahun 2024. Kampanye yang dilakukan oleh setiap peserta pemilihan umum dengan media sosial dirasakan sangat mudah dan biaya yang dikeluarkan sangat minim jika dibandingkan menggunakan kampanye secara langsung. Selain itu pula jangkauan informasi menggunakan media social sangat luas karena dapat dibaca oleh seluruh khalayak. Tentu saja, ini adalah keuntungan besar bagi para peserta pemilu, karena mereka dapat mengeluarkan dana yang relatif sedikit tetapi mendapatkan dampak yang sangat signifikan dalam menyampaikan visi dan

misinya dalam menarik suara khususnya di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Panakukkan.



Berikut akan diuraikan tentang pendapat responden tentang kemudahan memperoleh informasi. Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya teknologi termasuk dalam mendapatkan informasi. Media social menjadi salah satu pemilihan masyarakat dalam memperoleh visi dan misi peserta pemilihan umum tahun 2024.

Untuk mengetahui pendapat responden tentang kemudahan memperoleh informasi melalui media social yaitu diperoleh jawaban dari 62 responden yang menjawab “ya” sebanyak 56 atau 90,32 % dan 6 orang atau 9,68 %. Jawaban responden tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini;

Tabel 1. Kemudahan dalam Memperoleh Informasi Melalui Media Sosial

No.	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Ya	56	90,32
2.	Tidak	6	9,68
	Jumlah	62	100,00

Diagram : Kemudahan dalam Memperoleh Informasi Melalui Media Sosial

Dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa peserta pemilihan umum tahun 2024 dalam memanfaatkan media social sebagai alat dalam melakukan kampanye dalam menyampaikan visi dan misinya. Hal ini dapat dilihat dari hampir semua responden penyampaian visi dan misi melalui media sosial. Jawaban responden menunjukkan pula bahwa media social merupakan sangat mudah memperoleh informasi karena hampir semua peserta pemilihan umum tahun 2024 menggunakan media social sebagai sumber informasi.

Tentu Ini jelas merupakan keuntungan bagi para pasangan calon, karena seiring dengan kemajuan teknologi, pola kampanye mereka juga berubah. Dahulu, kampanye dilakukan dengan kerja keras yang menguras tenaga, seperti berorasi di depan kerumunan orang. Sekarang, kampanye dapat dilakukan di platform baru yang tetap menghasilkan dampak signifikan seperti kampanye tradisional. Kampanye kini tidak memerlukan banyak tenaga untuk penyebarannya, khususnya bagi peserta pemilihan umum 2024 di Kelurahan Tamamaung. Kampanye yang menarik sangat penting agar para pemilih lebih memperhatikan apa yang mereka lihat.

Namun responden yang menjawab “tidak” menunjukkan bahwa masyarakat kurang paham menggunakan media sosial sehingga mereka lebih banyak memperoleh melalui brosur-brosur yang dibagikan oleh tim sukses yang dimiliki setiap peserta pemilihan umum. Brosur-brosur yang dibagikan ini akan memuat informasi tentang partai politik dan nomor urut partai serta nomor urut peserta pemilihan umum.

Berikut ini akan diuraikan tentang media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Tamalate. Dari 62 responden menunjukkan bahwa media social yang paling populer digunakan kandidat peserta pemilihan umum di Kelurahan Tamamaung adalah instagram yaitu Facebook, twiter dan yuotube. Untuk mendapatkan data yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel 2 dibawah:

Tabel 2. Media Sosial Paling Populer

No	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Instagram	25	40,32
2.	Facebook	17	27,42
3.	Twiter	7	11,29
4.	Youtube	3	4,84
	Jumlah	62	100,00

Diagram : Media Sosial Paling Populer Digunakan Peserta Pemilihan umum :

Hasil di atas menunjukkan bahwa peserta pemilihan umum tahun 2024 paling banyak digunakan adalah instagram. Hal dikarenakan instagral merupakan media social yang paling fabvorit digunakan oleh masyarakat khususnya pemili milenial yang cukup banyak di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Tamalate. Hal ini didukung oleh fakta bahwa pengguna aktif harian Instagram mencapai 400 juta orang (Winarso, 2017). Ini menunjukkan bahwa

Instagram banyak digunakan dan diterima oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Para pasangan calon memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan kampanye mereka dan meraih suara dari kaum milenial. Milenial, yang merupakan pemilih dan pengguna aktif Instagram, dapat dijangkau dengan mudah oleh para pasangan calon. Cukup dengan membuat akun Instagram dan mem-posting foto atau video terkait kampanye, para pasangan calon bisa dengan praktis masuk ke beranda para pemilih, khususnya pemilih milenial. Bahkan jika para pemilih tidak berniat melihat kampanye tersebut, foto atau video yang diunggah pasangan calon tetap dapat muncul di beranda mereka melalui kolom explore yang telah diatur secara otomatis oleh Instagram.

Berikut pendapat responden tentang preferensi memilih atau kampanye yang dilakukan melalui media sosial dapat mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihan terhadap kandidat peserta pemilihan umum di Kelurahan Tamamanung Kecamatan Tamalate. Hasil penelitian menunjukkan 62 responden yang menjawab “ya” sebanyak 51 orang atau 82,26 % dan menjawab “tidak” sebanyak 11 orang atau 17,74 %.

Pada bagian ini, responden diberi pertanyaan tentang apakah kampanye kandidat peserta pemilihan umum tahun 2024 di media sosial dapat mempengaruhi preferensi memilih mereka. Ternyata, jawaban responden menunjukkan bahwa tidak semua dari mereka terpengaruh oleh kampanye pasangan calon di media sosial. Beberapa responden menyatakan bahwa kampanye pasangan calon di media sosial memang mempengaruhi preferensi memilih mereka. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Media Sosial dan Preferensi Memilih

No.	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Ya	51	82,26
2.	Tidak	17	17,74
	Jumlah	62	100,00

Diagram : Partisipasi Memilih Menggunakan Media Sosial

Dari tabel dan diagram di atas, memberikan gambaran secara jelas bahwa terdapat selisih media sosial dapat meningkatkan partisipasi pemilih, terutama berdasarkan tanggapan responden. Ini merupakan hal yang positif karena peningkatan partisipasi pemilih dapat dicapai melalui pemanfaatan media sosial oleh pemerintah atau lembaga terkait dalam penyelenggaraan pemilihan umum. Ini adalah awal yang baik bagi Pemilu di Indonesia. Dengan meningkatnya partisipasi pemilih, terutama melalui media sosial, Pemilu di Indonesia akan menjadi semakin demokratis di masa depan.

Adanya media social akan membantu masyarakat untuk terlibat secara aktif khususnya di Kelurahan Tamamaung yang memiliki wajib pemilih terbanyak di Kota Makassar, dimana pemilihnya berasal pemilih milenial dan sekaligus penggunaan media social cukup banyak. Media social lebih mudah dibaca oleh para pemilih yang ditampilkan dalam bentuk tulisan, gambar dan video berisi program yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Informasi yang dipeorleh melalui media social akan menumbuhkan partisipasi politik masyarakat dalam ikut serta menyalurkan aspirasi dalam perhelatan politik tahun 2024.

Namun adanya juga responden yang menjawab tidak setuju media social dapat membantu masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan politik di Pemilihan umum tahun 2024. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih menyenangi bertemu langsung dengan para kandidat ketimbang membaca melalui media social. Selain itu pula, responden juga tidak semua memahami penggunaan media social dan tidak memiliki akun untuk melihat informasi yang ditampilkan melalui instagram, twiter, facebook mapun youtube.

Berikut pendapat responden tentang media social dapat menempatkan politik sebagai sesuatu yang baru dalam kegiatan kampanye partai politik di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Makassar. Dari 62 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 orang atau 50 %, setuju sebanyak 18 orang atau 29,03 %, menjawabn tidak setuju sebanyak 8 orangatau 12,9 % dan menhawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 8,05 %. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Media Sosial Menempatkan Politik Sebagai Sesuatu yang Baru

No.	Tanggapan Responden	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	31	50,00
2.	Setuju	18	29,03
3.	Tidaksetuju	8	12,90
4.	Sangat tidak setuju	5	8,06
	Jumlah	62	100,00

Diagram : Media Sosial Menempatkan Politik Sebagai Sesuatu yang Baru
Dari tabel dan diagram di atas menunjukkan bahwa sebahagian responden menjawab sangat setuju bahwa media sosial dapat menempatkan politik sebagai sesuatu yang baru dalam kegiatan politik menghaapi pemilihan umum tahun

2024. khususnya di masyarakat Kelurahan Tamamaung Kecamatan Rappocini. Hal ini dikarenakan penggunaan media social sebagai sumber informasi bagi para kandidat menyampaikan visi dan misinya. Selain itu pula masyarakat berpendapat bahwa media social dapat membantu para kandidat melakukan kampanye.

Kondisi ini menunjukkan bahwa media social dapat berperan sebagai wadah menyampaikan aspirasi masyarakat kepada para peserta politik dalam menghadapi konstelasi politik pemilihan umum tahun 2024. Selain itu pula media social menjadi semakin signifikan dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, yang tentunya berdampak pada berbagai bidang, termasuk ranah politik.

Masyarakat berpendapat bahwa media social merupakan hal baru di Pemilihan umum tahun 2024. Karena baru kali ini media social sangat berperan aktif dalam mempengaruhi masyarakat dalam memilih. Media social digunakan juga oleh masyarakat lebih mudah menggunakan media social sehingga dapat membantu masyarakat dalam memilih kandidat pada pemilihan umum tahun 2024.

Tanggapan responden bahwa media sosial adalah domain baru untuk peserta pemilihan umum dalam memperoleh suara dari pemilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mendukung gagasan bahwa peserta pemilihan umum dapat menggunakan media sosial sebagai tempat baru untuk mendapatkan suara pemilih. Sedangkan yang menjawab tidak setuju menganggap bahwa media social belum terlalu efektif guna untuk menarik suara pemilih, masyarakat lebih menyenangi para calon legislatif melakukan blusukan atau ketemu langsung dengan masyarakat.

Data tersebut membuktikan munculnya media sosial sebagai ranah baru dalam sistem politik. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi tempat berlangsungnya aktivitas politik. Ini adalah peluang emas bagi para pasangan calon untuk mendapatkan suara dari pengguna media sosial, yang sebagian besar adalah kaum milenial dan pemilih potensial. Selain itu, kehadiran media sosial sebagai ranah baru dalam aktivitas politik memperluas ruang kompetisi dalam pembentukan opini publik. Artinya, para peserta pemilu harus serius mengelola media sosial mereka jika ingin benar-benar meraih suara dari pemilih yang aktif di platform tersebut.

KESIMPULAN

Dari pembahasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial dapat mempengaruhi partisipasi pemilih pada pemilihan umum tahun 2024. Tingginya penggunaan media social oleh masyarakat melalui media sosial menimbulkan

dampak yang signifikan bagi peserta pemilihan umum dan partai pada pemilihan umum tahun 2024. Media social dapat berfungsi meningkatkan partisipasi politik masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kecamatan Panakukang. Adanya media social yang digunakan dalam kampanye akan membantu pemilih untuk mengetahui visi dan misi serta program calon kandidat peserta pemilu. Hal ini dibuktikan oleh jawaban responden dari pertanyaan pertama hingga terakhir, yang hampir semuanya menunjukkan bahwa media sosial berhasil mempengaruhi partisipasi mereka. Peningkatan partisipasi pemilih juga bisa diakibatkan oleh adanya media sosial. Keadaan ini dibuktikan oleh responden yang mendukung pandangan bahwa media sosial mampu meningkatkan partisipasi pemilih.

Media social merupakan hal yang baru dilakukan pada pemilu 2024. untuk berkampanye dalam menyampaikan visi dan misi. Dikarenakan tahun sebelumnya model menyampaikan visi dan misi dilakukan melalui pemasangan baliho atau media cetak atau melalui blusukan menemui konstituante mereka. Hal ini dikarenakan tidak semua pemilih memahami penggunaan media social serta tidak semua pemilih memiliki akun dalam media social untuk mengakses informasi.

REFERENSI

- Ernawan. 2020. Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman. Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, Drajat, 2012. Iptek dan Dimakia Politik Indonesia, Bandung, Armico.
- Karsiman HAdi , 2020.. Politik yang Bebas Mendukung Partiispasi Politik Masyarakat di Era IT, Jakarta, Rineka Cipta.
- Usmar Said, 2019. Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum 2019 Di Kelurahan Sumber Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. Civics Education and Social Science Journal (CESSJ), 87-104.
- Rasyid, 2020. Media Sosial dalam Perkembangan Teknologi di Berbagai Aspek Kehidupan, Grafindo Utama.
- Wardiman, 2020. Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Umum. Journal of Governance and Policy, 01, 1-16
- Tjakradinata, 2021. Penggunaan Medoa Sosial dan Politik Indoensia, Rajawali Press, Jakarta.