

Media Sosial dan Aplikasi Kecerdasan Buatan Dalam Preferensi dan Partisipasi Pemilih Di Pemilihan Umum

Nunik Hariyani ¹⁾, Alfiana Yuniar Rahmawati ²⁾

^{1), 2)} Universitas Merdeka Madiun, Jl. Serayu 79, 0351464427/497058, nunik@unmer-madiun.ac.id

Abstract

The advancement of internet-based information technology has made online social networks essential for general elections. Social media plays a positive role by increasing voter participation in politics. This study aims to analyze voter preferences regarding the use of social media during elections and to examine how artificial intelligence applications can be employed to engage voters. The research involves conducting surveys and performing system analyses. The results indicate that social media influences 59.3% of voters, establishing it as the primary platform for political information and communication. Artificial intelligence-based applications are designed to attract young voters through innovative interactions and personalized experiences. These applications can serve as effective modern campaign tools to reach a broader audience of voters.

Keywords: preferensi, pemilih, aplikasi, politik.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi melaju dengan sangat cepat, terutama di bidang teknologi informasi daring, di mana media semakin penting. Akibatnya, media telah berubah menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap individu. Perkembangan ini sejalan dengan penemuan alat komunikasi berbasis web, yang membuat informasi mudah diakses di belahan dunia ini. Mengakses data, hiburan, pendidikan, politik, ekonomi, dan lainnya melalui internet menjadi lebih mudah.

Berdasarkan fenomena tersebut, komunikasi yang pada awalnya hanya sebatas interaksi tatap muka personal, kini berkembang secara online di platform Internet. Dalam hal ini, media sosial merupakan salah satu platform daring yang paling banyak digunakan. Media sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi berbasis web. Munculnya media berbasis internet menandakan adanya pergeseran dari media konvensional (seperti elektronik dan publikasi cetak), yang kini berevolusi menuju lintasan baru. Media berbasis internet telah menjadi saluran akses media sosial di berbagai bidang yaitu pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum dan politik, misalnya digunakan dalam kampanye pemilihan umum

(pemilu) untuk mensosialisasikan visi, misi dan agenda suatu negara. calon pemimpin suatu daerah, misalnya.

Penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi politik tergolong baru dan terus menjadi tren yang dinamis. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan media baru yang inovatif oleh calon presiden AS Barack Obama dan timnya selama pemilihan umum 2008 untuk berbagi informasi tentang agenda mereka. Inisiatif dan program tersebut bertujuan untuk mendapatkan empati dan dukungan dari penduduk Amerika. Pada pemilihan presiden Indonesia tahun 2014, media sosial mencapai puncak efektivitasnya sebagai sarana komunikasi politik.

Pertumbuhan signifikan media sosial dalam ranah digital selama kampanye tersebut berkaitan erat dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 215,63 juta pada periode 2022-2023, mencerminkan peningkatan sebesar 2,67% dari angka sebelumnya yang tercatat sebanyak 210,03 juta pengguna (<https://www.kominfo.go.id>).

Platform media sosial yang semakin populer dan mengalami pertumbuhan

signifikan di kalangan penggunanya meliputi Whatsapp, Twitter, Facebook, YouTube, dan jaringan sejenisnya. Berbeda dengan media tradisional yang masih bergantung pada media cetak seperti surat kabar dan saluran audio-visual, media sosial memanfaatkan teknologi internet sebagai infrastruktur utama komunikasinya. Akibatnya, jejaring sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang menarik publik (pengguna) untuk terlibat secara aktif dengan menawarkan masukan dan umpan balik mereka secara terbuka, bersamaan dengan berbagi dan menanggapi informasi secara cepat secara daring. Dengan kata lain, mereka lebih suka mematuhi metode kampanye klasik dalam wacana politik mereka daripada memanfaatkan jaringan daring seperti situs web, blog, Facebook, Twitter, WhatsApp, dan lainnya. Pada kenyataannya, lanskap komunikasi telah mengalami transformasi mendasar, terutama dengan munculnya periode yang lazim disebut sebagai era digital atau periode 'media baru' modern. Perangkat teknologi multimedia semakin banyak digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan mendukung kampanye bagi kandidat legislatif.

Seiring berkembangnya teknologi, pola konsumsi media masyarakat telah bergeser secara signifikan dari media tradisional seperti televisi, radio, dan cetak ke platform digital, di mana media sosial menjadi pusat perhatian utama. Media sosial kini telah menjadi bagian fundamental dalam aktivitas sehari-hari, berfungsi sebagai ruang multitujuan untuk bersosialisasi, bertukar informasi, dan mengakses hiburan. Pemilu menjadi ajang persaingan informasi yang ketat, di mana para calon dan partai politik berlomba-lomba untuk menarik perhatian pemilih. Media sosial menawarkan berbagai fitur yang menarik untuk kampanye politik, seperti jangkauan yang luas, interaktivitas tinggi, dan biaya yang relatif murah.

Pesatnya perkembangan teknologi kecerdasan buatan telah memungkinkan pembuatan aplikasi yang semakin canggih dan personal, seperti aplikasi Fotober2.ai yang

dapat di download di play store. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI), telah mengubah cara berinteraksi masyarakat (Azzahra, 2024). Lanskap politik ikut berubah, kampanye politik semakin bergeser dari metode tradisional ke metode yang lebih digital dan interaktif. Media sosial telah muncul sebagai sarana utama bagi individu untuk mengumpulkan informasi, terlibat, dan membentuk sudut pandang mereka. Perilaku konsumen telah berkembang secara signifikan. Individu, termasuk pemilih, semakin mencari pengalaman yang lebih personal dan relevan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, penelitian ini akan berfokus pada dua pertanyaan kunci: (a) Bagaimana tingkat preferensi pemilih tentang pemanfaatan media sosial di pemilu (b) Bagaimana aplikasi kecerdasan buatan dirancang dan digunakan dalam menarik perhatian pemilih.

KAJIAN LITERATUR

Dalam memahami sistem politik berbasis model komunikasi media dengan aplikasi kecerdasan buatan, Penelitian ini tahap awal akan mengkaji tentang peran media sosial dalam pemilu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ungkapan 'peran' mengacu pada 'seorang pelaku (dalam film), seorang pemain dalam pertunjukan makyong, dan sekumpulan perilaku yang diharapkan dari individu-individu dalam masyarakat' (Kementerian Pendidikan Nasional, 2005: 751). Menurut pandangan Bauer (sebagaimana dikutip Haris, 2012: 204) Konsep 'peran' adalah 'sudut pandang tentang bagaimana seorang individu diharapkan untuk bertindak atau sudut pandang tentang jenis perilaku atau fungsi yang diharapkan dari individu tersebut.' Berdasarkan interpretasi konsep peran, dapat ditarik kesimpulan bahwa peran pada dasarnya menggambarkan karakter seorang individu dalam suatu konteks tertentu, serupa dengan aktor yang tampil di atas panggung.

Dalam pengertian yang lebih praktis, peran dapat didefinisikan sebagai serangkaian tugas dan tanggung jawab yang secara sistematis diharapkan dipenuhi oleh seseorang yang menempati posisi atau kedudukan spesifik. Akibatnya, unsur-unsur yang memengaruhi perilaku pribadi dapat memengaruhi efisiensi peran mereka. Kata "media" berasal dari bahasa Latin, yang merupakan bentuk jamak dari kata "Medium," yang secara harfiah berarti "penghubung," dan berfungsi sebagai saluran yang menghubungkan sumber pesan dengan penerimanya.

(<http://digilib.unila.ac.id/12294/3/BAB%20II.pdf>).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media didefinisikan sebagai "alat komunikasi (sarana) seperti surat kabar, radio, televisi, film, poster, dan spanduk" (Kementerian Pendidikan Nasional, 2005: 461). Cangara menyatakan bahwa media merupakan sarana atau mekanisme yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada audiensnya (Cangara, 2006: 119). Dengan demikian, media dapat dipahami sebagai saluran atau wahana yang memungkinkan komunikator menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui berbagai bentuk seperti surat kabar, radio, televisi, film, poster, atau spanduk.

Menurut Mingkid, pendekatan komunikasi merupakan metode fundamental untuk membangun interaksi dengan individu, baik dalam lingkup internal maupun eksternal organisasi, yang mencakup komunikasi verbal dan tertulis. Secara konseptual, media komunikasi dapat ditelaah melalui kerangka pemikiran Harold Laswell tentang saluran dan platform yang digunakan dalam proses komunikasi, termasuk interaksi langsung dan tatap muka.

Dalam publikasinya, Mingkid merujuk perspektif Siagian dan Onong yang menegaskan bahwa proses komunikasi minimal melibatkan dua komponen kunci:

saluran dan perangkat yang digunakan komunikator untuk mentransfer pesan. Lebih lanjut, media didefinisikan sebagai wahana atau saluran yang memfasilitasi pengiriman pesan ketika terdapat jarak atau keterbatasan jumlah partisipan (Mingkid, 2012: 190).

Definisi Sosial Banyak sekali penafsiran tentang sosial yang telah dikemukakan oleh para ilmuwan sosial, sebagaimana dikutip oleh Nasrullah. Durkheim menyatakan bahwa sosial "menunjukkan realitas sosial (sosial sebagai fenomena sosial) di mana setiap individu melakukan tindakan yang berkontribusi pada masyarakat kolektif.

Pernyataan ini menggambarkan bahwa baik media maupun perangkat lunak pada hakikatnya bersifat sosial, karena keduanya muncul dari proses sosial." (Nasrullah, 2017: 7). Bersamaan dengan itu, Marx menguraikan bahwa pengertian sosial berkaitan dengan kerja sama. Dalam konteks ini, istilah sosial dapat diartikan melalui cara individu bekerja sama, terlepas dari keadaan mereka, mirip dengan bagaimana setiap mesin beroperasi dan menambah produk akhir selama proses produksi. Pemeriksaan Marx menyoroti esensi kolaborasi dan saling membantu di antara individu untuk menumbuhkan karakteristik baru dalam masyarakat. (Nasrullah, 2017: 7). Dari pemahaman sosial ini, dapat disimpulkan bahwa istilah sosial mewakili tindakan atau interaksi antara individu dan rekan-rekannya, bersama dengan kerja sama yang ditujukan untuk mencapai tujuan, khususnya berkontribusi pada komunitas.

Memahami Media Sosial

Dari konsep media dan sosial yang telah diuraikan, keduanya dapat digabungkan menjadi satu konsep, yaitu media sosial. Menurut Mandibergh, media sosial adalah platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berkolaborasi dan menciptakan konten mereka sendiri (user-generated content) (Nasrullah, 2017: 11). Sementara itu, Boyd mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang

memungkinkan individu maupun komunitas untuk berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus, berkolaborasi atau bermain bersama. Media sosial memanfaatkan kekuatan konten yang dihasilkan oleh pengguna (UGC), di mana isi yang dipublikasikan berasal dari pengguna, bukan dari editor organisasi media massa (Nasrullah, 2017: 11).

Dari pengertian tersebut, media sosial dapat dipahami sebagai platform berbasis teknologi internet yang memfasilitasi interaksi sosial, komunikasi, kolaborasi, dan berbagi informasi antarindividu. Platform ini memungkinkan pengguna dengan mudah terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti menyebarkan informasi dan menciptakan pesan. Contoh platform media sosial yang umum digunakan saat ini mencakup Blog, Twitter, Facebook, WhatsApp, BMM, Line, Wikipedia, dan lainnya.

Media Massa

Menurut Prasetya, media massa sebagai komponen penting masyarakat telah memberikan dampak yang mendalam terhadap kehidupan publik. Berbagai format program dalam media massa dapat menggambarkan realitas sosial. Perkembangan pesat media massa turut berperan signifikan dalam membentuk opini publik melalui berbagai konten, seperti siaran berita. Televisi, yang dikenal sebagai salah satu bentuk media massa yang paling kuat, tetap menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengakses informasi (Prasetya, 2013: 233).

Dalam ranah politik, media sosial berfungsi sebagai platform digital berbasis teknologi internet yang memperkuat interaksi sosial. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, media ini tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga mengubahnya menjadi dialog yang menarik dan saling memberi manfaat. Seiring berjalannya waktu, media sosial telah muncul sebagai komponen penting dalam lanskap komunikasi politik, khususnya selama kampanye pemilihan umum, di mana ia bertindak sebagai jembatan

antara politisi dan pemilih, memfasilitasi interaksi antara penyampai informasi dan audiens dari jarak jauh dan dalam skala besar. Akibatnya, melalui media sosial, para penyampai ini dapat terlibat dalam dialog politik dengan pengikut atau konstituen mereka, yang bertujuan untuk menumbuhkan atau memengaruhi persepsi publik sekaligus menggalang dukungan politik yang luas. Munculnya media sosial juga telah memperluas jalan bagi wacana politik, hubungan, dan keterlibatan masyarakat dalam proses pemilihan umum. Hal ini sering diamati selama musim kampanye bagi para calon kepala daerah yang bersaing dalam pemilihan lokal, serta bagi para calon presiden dan legislatif.

Memahami keterlibatan politik dalam konteks yang lebih luas, partisipasi mencerminkan tindakan warga negara yang menggunakan haknya untuk menyampaikan pendapat dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Surbakti menjelaskan bahwa "keterlibatan politik mencakup semua partisipasi warga negara sehari-hari dalam membentuk keputusan yang berdampak pada kehidupan mereka" (Surbakti, 1999: 140). Sebagaimana dikemukakan oleh Budiardjo, keterlibatan politik diartikan sebagai "keterlibatan individu atau kelompok untuk ikut serta secara aktif dalam urusan politik, seperti memilih pemimpin negara dan membentuk kebijakan pemerintah baik secara langsung maupun tidak langsung" (Budiardjo, 2008: 367). Dari definisi yang sudah dijabarkan, ditarik kesimpulan bahwa keterlibatan politik mencerminkan keikutsertaan warga negara—baik secara individu maupun kolektif—dalam arena politik melalui kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk memengaruhi kebijakan pemerintah. Jenis-jenis Keterlibatan Politik Wujud keterlibatan politik seseorang dapat dinilai melalui kegiatan-kegiatan politiknya.

Wujud partisipasi politik yang paling dikenal luas adalah pemberian suara, baik

untuk memilih wakil rakyat maupun pemimpin negara (Maran, 2001: 148). Menurut Michael Rush dan Philip Althoff (Maran, 2001: 148), berbagai jenis partisipasi politik meliputi: (a) menduduki peran-peran politik atau administratif; (b) berkampanye untuk jabatan-jabatan politik atau administratif; (c) menjadi anggota aktif suatu organisasi politik; (d) menjadi anggota pasif suatu organisasi politik; (e) bergabung dengan suatu organisasi semi-politik dalam kapasitas pasif; (f) terlibat aktif dalam organisasi semi-politik; (g) mengikuti rapat umum, protes, dan kegiatan sejenisnya; (h) terlibat dalam dialog politik internal; dan (i) berpartisipasi dalam pemilihan umum. Definisi Daerah Pemilihan Baru Dalam konteks ini, pemilih adalah warga negara Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas atau mereka yang telah atau sedang menikah (Pasal 1 ayat (22) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum).

Pemilih yang memenuhi syarat adalah warga negara Indonesia yang terdaftar dalam daftar pemilih yang diselenggarakan oleh penyelenggara pemilu dan pada hari pemungutan suara telah berusia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, atau telah/pernah menikah (Pasal 19 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu). Sementara itu, pemilih baru adalah mereka yang telah memenuhi syarat untuk menggunakan hak pilihnya dan baru pertama kali mengikuti pemungutan suara. Kelompok ini umumnya terdiri dari para pelajar berusia 17-21 tahun, tetapi dapat juga mencakup calon muda lainnya yang menggunakan hak pilihnya untuk pertama kali pada saat pemilihan, seperti mahasiswa semester pertama dan individu muda lainnya yang pada saat pemilihan terakhir belum berusia 17 tahun (Modul 1 KPU, Pemilih Pemula. 2010: 48). Kriteria yang harus dipenuhi agar seseorang memenuhi syarat sebagai pemilih adalah: 1. Warga negara Indonesia yang telah berusia 17 tahun atau lebih atau telah/pernah menikah. 2. Tidak sedang menderita gangguan mental atau kognitif. 3. Terdaftar

sebagai pemilih. 4. Tidak berafiliasi dengan TNI/Polri. 5. Tidak sedang dalam masa pencoblosan. 6. Terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). 7. Untuk Pemilu Daerah, pemilih harus berdomisili sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan di daerah yang bersangkutan (Sekretariat Jenderal KPU, 2010:1).

Pengertian Pemilihan Umum Istilah Pemilihan Umum, selanjutnya disebut Pemilu, berarti suatu peristiwa politik yang bertujuan untuk memilih individu untuk berbagai peran politik, baik di lembaga eksekutif maupun legislatif. Pemilihan umum tersebut diselenggarakan untuk mewujudkan masyarakat yang demokratis, di mana pemimpin muncul melalui suara terbanyak. Karena itulah, pemilihan umum memiliki fungsi sebagai instrumen dalam struktur demokrasi untuk memilih para wakil rakyat yang nantinya akan berpartisipasi dalam lembaga legislatif, berserta memilih Presiden dan Wakil Presiden.

Pemilihan umum ini menjadi salah satu cara bagi rakyat untuk mengekspresikan preferensi dan kepercayaannya kepada para pejabat yang dipercayanya untuk mengurus negara. Melalui proses ini, rakyat dapat memainkan peran aktif dalam pembentukan kebijakan nasional dan memastikan bahwa pemerintahan yang dipilih benar-benar merepresentasikan aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Sebagaimana diutarakan oleh Ramlan: "Pemilu dicirikan sebagai "suatu sistem untuk memilih dan menyerahkan kekuasaan kepada individu atau partai yang dianggap dapat dipercaya" (Surbakti, 1992: 181). Pemilihan umum tidak hanya difokuskan untuk memilih eksekutif (Presiden dan Wakil Presiden), tetapi juga memainkan peran penting dalam menunjuk badan legislatif (memilih wakil untuk lembaga legislatif) (UU No. 8 Tahun 2012 dan UU No. 15 Tahun 2011), khususnya: 1) anggota DPR, 2) DPD, 3) DPRD Provinsi, dan 4) DPRD Kabupaten/Kota.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan survei untuk mengetahui tingkat preferensi pemilih tentang pemanfaatan media sosial di pemilu. Menyebarkan kuesioner secara online kepada sampel pemilih untuk mengukur tingkat preferensi mereka terhadap berbagai aspek pemanfaatan media sosial dalam pemilu, dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan pemilih terhadap pernyataan-pernyataan terkait pemanfaatan media sosial. Sedangkan untuk mengetahui bagaimana aplikasi kecerdasan buatan dirancang dan digunakan dalam menarik perhatian pemilih hanya fokus pada aplikasi Fotober2.ai menggunakan metode analisis sistem, dengan pendekatan teknis terhadap fitur dan arsitektur aplikasi. Peneliti menggunakan internet untuk mengumpulkan data (Ferris dan Paterson, 2010).

Pendekatan kualitatif sering disebut sebagai "metodologi penelitian naturalistik karena penyelidikan dilakukan dalam latar kehidupan nyata" (Sugiyono, 2014: 13). Metode deskriptif dicirikan sebagai "penelitian yang mengandalkan informasi yang ada atau pemeriksaan yang dimaksudkan untuk mengatasi masalah tertentu" (Winarno, 2002: 175).

Dengan demikian, metode kualitatif-deskriptif merupakan penelitian yang mengartikulasikan informasi kualitatif dalam bentuk aslinya, diikuti oleh analisis untuk mengungkap signifikansi di balik fenomena yang dapat diamati. Pemilihan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel yang bertujuan yang menargetkan pemilih yang memenuhi kriteria untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat-alat seperti; (1) observasi, yang memerlukan pelaksanaan penilaian langsung, (2) kuesioner terstruktur. Selain itu, Data sekunder berasal dari literatur yang relevan dengan penelitian. Teori-teori yang berhubungan dengan penggunaan media dan

komunikasi politik memberikan dukungan analitis, yang membantu memahami bagaimana kandidat legislatif memanfaatkan media sosial untuk keterlibatan politik serta bagaimana publik merespons strategi-strategi tersebut. Media sosial telah menjadi alat penting dalam partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda, yang aktif dalam menggunakan platform ini untuk menyampaikan pendapat dan memengaruhi kebijakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan penelitian dari 102 responden tentang media sosial sebagai platform utama dalam kampanye pemilu tahun 2024, diperolehnya hasil dari reponden kuisisioner sebanyak 33,3% menyatakan **sangat setuju** apabila "Media sosial sebagai platform utama dalam kampanye pemilu tahun 2024".

Media sosial dalam mempengaruhi pemilih pada pemilu tahun 2024, diperolehnya hasil dari responden sebanyak 59,3% **menyatakan setuju** pada pernyataan "Media sosial mempengaruhi pemilih pada pemilu tahun 2024".

Media sosial sebagai media masyarakat untuk berpendapat terlihat pada hasil data penelitian, diperoleh hasil responden sebanyak 37% menyatakan **sangat setuju** pada pernyataan "Dengan adanya media sosial masyarakat lebih ada tempat untuk berpendapat".

Media sosial lebih sering ditengok masyarakat daripada televisi untuk mencari tahu atau hanya sekedar melihat informasi pemilu, diperolehnya hasil responden sebanyak 33,3% menyatakan netral dan 33,3% responden menyatakan setuju. Berarti adanya keseimbangan antara netral dan setuju, mungkin ada hal yang dilakukan oleh masyarakat misalnya untuk melihat konten lelucon atau yang lainnya.

Informasi tentang pemilu 2024 lebih cepat tersebar di media sosial daripada teknologi komunikasi lainnya, missal televisi dan media cetak, diperoleh hasil responden

sebanyak 51,9% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan “Informasi tentang pemilu 2024 lebih cepat tersebar di media sosial daripada teknologi komunikasi lainnya, missal televisi dan media cetak.”

Platform digital berfungsi sebagai saluran interaksi antar kelompok politik dengan masyarakat, diperoleh hasil responden sebanyak 37% menyatakan setuju pada pernyataan “Media sosial sebagai sarana komunikasi antara partai politik dengan masyarakat”.

Sisi negatif pendidikan politik dapat diberikan melalui kampanye di media sosial. Diperoleh hasil responden sebanyak 33,3% menyatakan **netral** pada pernyataan “Kampanye di media sosial akan memberikan Pendidikan politik bagi publik di sisi negatif.”

Dengan adanya media sosial akan menciptakan pemilu damai 2024. responden sebanyak 37% menyatakan **netral** pada pernyataan “Dengan adanya media sosial akan menciptakan pemilu damai 2024”.

Masyarakat terprovokasi melalui postingan akun tidak bertanggung jawab di media sosial. Diperolehnya hasil responden sebanyak 29,6% menyatakan netral, 29,6% menyatakan setuju, dan 29,6% menyatakan sangat setuju. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pernyataan “Mudahnya masyarakat terprovokasi melalui postingan akun tidak bertanggung jawab di media sosial” hasilnya adalah seimbang antara responden yang memilih netral, setuju, dan sangat setuju.

Media sosial sangat penting untuk demokrasi di Indonesia. Diperoleh hasil responden sebanyak 33,3% menyatakan netral, dan 33,3% menyatakan sangat setuju. Maka dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan “Media sosial sangat penting untuk demokrasi di Indonesia” hasilnya adalah seimbang antara responden yang memilih netral, setuju.

Pola Konsumsi Media

Pola konsumsi media sosial terkait pemilu Hasil survei menunjukkan bahwa 29,4% responden mengakses media untuk

melihat dan membaca konten yang berkaitan dengan pemilu. Dari data penelitian mengenai frekuensi akses konten pemilu 2024 di media sosial, tokoh Mahfud MD dan Anies Baswedan paling sering menggunakan Tiktok untuk berkampanye. Selain itu, pengumuman mengenai peluncuran aplikasi foto berbasis kecerdasan buatan (AI) oleh Tim Kampanye Nasional Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, Fotober2.ai, menjadi fokus penting dalam memikat pemilih muda. Peluncuran aplikasi Fotober2.ai yang dirancang untuk mendukung pencalonan presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka berlangsung di Jakarta pada Selasa (2/1/2024). Sebelumnya, calon wakil presiden nomor urut 3, Mahfud MD, dan calon presiden nomor urut 1, Anies Baswedan, berinteraksi dengan publik melalui sesi Tiktok langsung pada malam tahun baru. Data dari hasil wawancara dengan informan:

“saya sangat menyukai tampilan visual, interaktif, dan informatif dan tidak suka/menghindari informasi yang terlalu panjang”.

Menurut informan karakter kecenderungan apatis terhadap politik dan kritis dalam melihat suatu permasalahan. Oleh karena itu, antusiasme dan minat engagement terhadap konten kampanye di media sosial belum tentu berbanding lurus dengan keinginan untuk menggunakan hak suara. Generasi Z jauh lebih kritis dalam melihat apakah pasangan calon presiden dan wakil presiden mendekati masyarakat karena pemilu. Mereka pasti akan mengecek apakah kandidat memperhatikan aspirasi dan kebutuhan mereka

Aplikasi fotober2.ai

Dimulai pada 2 Januari 2024. Di halaman utama aplikasi fotober2.ai, terpampang foto duo Prabowo Gibran. Pengguna dapat melanjutkan hingga tiba di bagian Deskripsi.



Gambar 1. Tampilan Depan Aplikasi fober2.ai

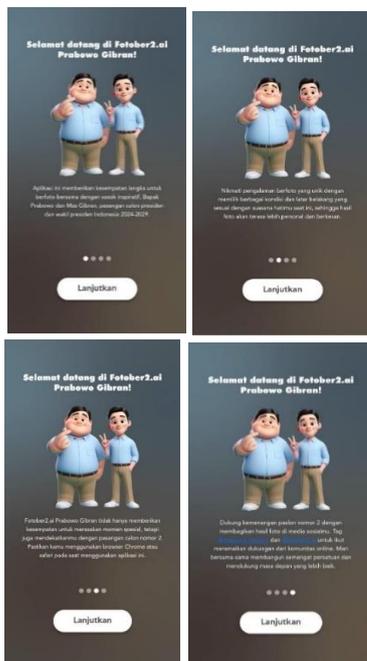
Di bagian deskripsi, pengguna diminta untuk menentukan jenis kelamin, usia, dan lokasi provinsi. Selain itu, ada opsi untuk mengidentifikasi gender.



Gambar 3. Kebijakan dan Privasi fober2.ai

Setelah bagian deskripsi selesai, pengguna dapat melanjutkan dengan mengklik tombol 'pilih'. Selanjutnya, akan muncul berbagai pilihan latar belakang foto, yang menampilkan pemandangan dari konser, lapangan sepak bola, tempat makan, dan banyak alternatif lainnya. Setelah memilih latar belakang, pengguna akan diminta untuk mengambil swafoto. Langkah selanjutnya adalah aplikasi memproses swafoto bersama Prabowo Subianto atau Gibran Rakabuming Raka. Untuk mengunduh gambar yang dihasilkan, pengguna diharuskan memasukkan alamat email mereka di kolom yang ditentukan. Setelah detail ini diisi, gambar yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan ini dapat diunduh.

Gambar 4. Pilihan Foto di Aplikasi fober2.ai



Gambar 2. Deskripsi dan Petunjuk Penggunaan Aplikasi fober2.ai

Dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mengakses informasi pemilu untuk melihat atau membaca konten pemilu. Konsumsi konten pemilu di media sosial untuk mengetahui informasi pemilu. Media sosial dimanfaatkan untuk mengemas

konten sebagai strategi kampanye yang efektif menjangkau konstituen. Pola konsumsi media sosial oleh responden dimanfaatkan pada saat pemilu untuk mempengaruhi dan menjangring suara para pemilih dengan pesan-pesan politik. Penggunaan akun media sosial, live Tiktok, aplikasi foto berbasis AI sebagai media kampanye. Pemanfaatan media sosial dengan membuat media platform digunakan untuk merebut suara generasi muda (generasi z) dan milenial. Aplikasi berbasis AI dapat diakses melalui ponsel pintar (smartphone). Penggunaan empat jenis latar belakang foto yaitu suasana pegunungan, kafe, tahun baru, dan lapangan udara menunjukkan setting tempat yang dapat dipilih. Template sketsa dari foto asli pada aplikasi berbasis AI. Hal ini menunjukkan karakteristik yang dipilih mencerminkan kemasan konten di media sosial tampil dengan visual, interaktif, dan informatif. Dari data hasil penelitian menunjukkan antusiasme dan minat engagement terhadap konten kampanye di media sosial.

1. KESIMPULAN

Tingkat kecenderungan pemilih terhadap pemanfaatan media sosial selama pemilu menunjukkan bahwa kehadirannya semakin lazim. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi pemilih dalam pemilu sebesar 59,3%. Media sosial muncul sebagai media utama bagi pemilih untuk memperoleh informasi sebesar 33,3%. Media sosial berfungsi sebagai platform untuk berinteraksi dan mengekspresikan pandangan politik. Penerapannya secara signifikan memengaruhi tingkat keterlibatan pemilih, terutama di kalangan pemuda. Media sosial telah secara efektif menggalang pemilih, meningkatkan kesadaran politik, dan merangsang keterlibatan aktif. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk sentimen publik, baik secara menguntungkan maupun merugikan. Informasi yang beredar cepat di media sosial dapat memengaruhi opini

pemilih mengenai kandidat tertentu atau masalah politik.

Aplikasi AI ini dibuat untuk menginspirasi para pemilih muda agar mengambil peran yang lebih aktif dalam kampanye melalui keterlibatan yang imajinatif. Alat AI ini dikemas dengan materi yang ditujukan untuk menumbuhkan persepsi yang baik dan mendapatkan dukungan di antara para pemilih. Fitur kustomisasi pada Fotober2.ai memungkinkan kampanye politik untuk menyampaikan pesan yang lebih berkesan secara pribadi dan memikat bagi setiap individu, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye. Fotober2.ai memiliki janji yang signifikan sebagai instrumen kampanye kontemporer dan inovatif, yang mampu menjangkau para pemilih pada tingkat yang lebih luas dan lebih dalam.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sumber informasi politik, tetapi juga sebagai wadah di mana keyakinan, perspektif, dan dialog politik terbentuk. Pemahaman yang mendalam tentang interaksi media sosial, mengenali demografi pemilih, dan memetakan isu-isu yang memengaruhi partisipasi dapat menjadi dasar bagi strategi masa depan untuk meningkatkan keterlibatan pemilih. Dalam konteks ini, pentingnya literasi digital dan pendidikan kewarganegaraan menjadi semakin jelas. Mempelajari cara menafsirkan informasi dari media sosial, terlibat secara kritis dengan konten politik, dan mengenali pengaruh keterlibatan pemilih pada proses demokrasi adalah elemen yang perlu ditingkatkan.

REFERENSI

- Azizah Choirunisa Azzahra. (2024). Pola Asuh Model Gentle Parenting di Era Digital Ekosistem Kecerdasan Artifisial. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 25(2), 54–59.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Cangara, H. (2006). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ferris, Sharmila P. dan William Peterson. (2010). Millenials, Social Networking and Social Responsibility, dalam Information Resources Management Association, Virtual Communities: Concept, Methodologies, Tools and Applications. New York: Information Science References.
- Mingkid, E. (2015). Penggunaan Media Komunikasi Promosi Pariwisata Oleh Pemerintah Kota Manado. *Sosiohumaniora* Vol. 18 (3): 188-192.
- Michael, R. dan Philip. A. (2008). Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prasetya, A.B. (2013). Kiprah New Media dalam Percaturan Politik di Indonesia. *Sosiohumaniora* Vol. 15 (3): 232-238.
- Maran, R. (2001). Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methodes). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Surbakti, R. (2000). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Modul KPU (Modul I Pemilih Untuk Pemula. 2010.
- Undang-Undang Nomor 15 tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu.
- Winarno, S. (2002). Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik. Bandung: Tarsito. <http://digilib.unila.ac.id/12294/3/BAB%20II.pdf> diakses Oktober 2023.
- <http://nasional.kompas.com/read/2014/06/24/0245002/> diakses 18 Oktober 2023.
- <http://www.pemilu.go.id> diakses 19 Oktober 2023.
- <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel> diakses tanggal 12 Oktober 2023