



Media dan Perubahan Sosial Studi Kasus: Tentang Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik

Devith Rohjer Sinamo¹, Gresmawati Martiana Gultom², Raymond Sinurat³, Roida Lumbantobing⁴

^{1 2 3 4}Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ilmu Sosial Humaniora Kristen, IAKN Tarutung

Email tobingroida4@gmail.com

Article Info

Article history:

Received April 01, 2025

Revised April 18, 2025

Accepted April 25, 2025

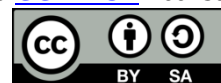
Keywords:

Social Media, Political Campaign, Political Participation, Public Perception, Social Change.

ABSTRACT

In the increasingly advanced digital age, social media has become a powerful platform for sharing information, influencing opinions, and mobilizing the masses. Therefore, it is important to understand how the use of social media in political campaigns affects political participation and public perception. The development of digital technology has brought significant changes in the political landscape, especially through social media which has become a major tool in modern political campaigns. Social media not only serves as a means of communication, but also as a platform to spread political ideology, shape public opinion, and increase public political participation. This research aims to analyze how the use of social media in political campaigns affects political behavior, with a focus on political participation and public perception of candidates or issues raised. Through a case study approach, this research will explore several political campaigns that use social media as the main communication tool. The analysis will focus on the political communication strategies applied, the interaction between candidates and voters, and their impact on public political engagement, both in the form of electoral participation and non-electoral political participation. In addition, this research will also examine how social media algorithms, information dissemination, and digital propaganda affect people's political perceptions and the potential polarization of public opinion. The results of this research are expected to provide in-depth insights into the role of social media in social change and political dynamics, as well as provide recommendations for policy makers, political parties, and the public in utilizing social media more effectively and responsibly in the political sphere. By understanding the implications of using social media in political campaigns, it is hoped that a healthier and more democratic digital ecosystem can be built.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received April 01, 2025

Revised April 18, 2025

Accepted April 25, 2025

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi platform yang kuat untuk berbagi informasi, mempengaruhi opini, dan memobilisasi massa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana penggunaan media sosial dalam kampanye politik mempengaruhi partisipasi politik dan persepsi publik. Perkembangan

**Keywords:**

Media Sosial, Kampanye Politik, Partisipasi Politik, Persepsi Publik, Perubahan Sosial.

teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap politik, terutama melalui media sosial yang menjadi alat utama dalam kampanye politik modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk menyebarkan ideologi politik, membentuk opini publik, serta meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan media sosial dalam kampanye politik memengaruhi perilaku politik, dengan fokus pada partisipasi politik dan persepsi publik terhadap kandidat atau isu yang diangkat. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini akan mengeksplorasi beberapa kampanye politik yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi utama. Analisis akan difokuskan pada strategi komunikasi politik yang diterapkan, interaksi antara kandidat dan pemilih, serta dampaknya terhadap keterlibatan politik masyarakat, baik dalam bentuk partisipasi elektoral maupun partisipasi politik non-elektoral. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji bagaimana algoritma media sosial, penyebaran informasi, serta propaganda digital memengaruhi persepsi politik masyarakat dan potensi polarisasi opini publik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai peran media sosial dalam perubahan sosial dan dinamika politik, serta memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan, partai politik, dan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial secara lebih efektif dan bertanggung jawab dalam ranah politik. Dengan memahami implikasi penggunaan media sosial dalam kampanye politik, diharapkan dapat dibangun ekosistem digital yang lebih sehat dan demokratis.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

**Corresponding Author:**

Roida Lumbantobing

Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ilmu Sosial Humaniora Kristen, IAKN Tarutung

E-mail: tobingroida4@gmail.com

Pendahuluan

Di era digital ini, peran media sosial dalam membentuk dan memengaruhi dinamika politik semakin dominan memberi variasi dalam kegiatan politik Indonesia (Sasmita, 2011).. Interaksi yang semakin intens di dunia maya telah mengubah cara masyarakat terlibat dalam kehidupan politik, terutama dalam konteks pemilihan umum. partisipasi masyarakat dalam bidang politik bisa memengaruhi kampanye modern yang menggunakan dan memanfaatkan dunia digitalisasi, media sosial dalam mengkampanyekan figur-figur dari partai-partai yang akan dijadikan sebagai seorang pimpinan daerah, provinsi maupun negara. Digitalisasi dengan berbagai situs-situsnya sudah merambah dalam keseharian masyarakat, banyak media yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi terkait berbagai hal yang ingin diketahui (Mù et al., 2021). Hal itu berefek dalam kemudahan dalam berkampanye, memberikan informasi terkait visi misi dari masing-masing paslon, sehingga hal tersebut dapat memudahkan masyarakat luas dalam memperoleh informasi dan menentukan pilihan yang pantas untuk dijadikan sebagai figur pemimpin. Kampanye sendiri bertujuan untuk mencitrakan diri para politisi dengan metode lama sebelum new media yang akan mengakibatkan beberapa peluang dan tantangan(Mù et al., 2021), dengan adanya media sosial, dan digitalisasi yang berkembang di tengah masyarakat tentunya akan memudahkan paslon atau



figur tertentu dalam berkampanye. Secara global aktivitas politik dunia saat ini sangat tergantung pada penggunaan teknologi dalam memperoleh informasi dan menjalin komunikasi yang dimediasi oleh perangkat internet (Silitonga & Roring, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang politik. Di era digital ini, peran media sosial semakin dominan dalam membentuk dan memengaruhi dinamika politik, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global (Sasmita, 2011). Kemunculan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube telah menghadirkan ruang baru bagi interaksi politik, memungkinkan partisipasi yang lebih luas dari masyarakat dalam diskusi dan proses politik. Dengan meningkatnya intensitas interaksi di dunia maya, cara masyarakat terlibat dalam kehidupan politik mengalami transformasi yang cukup besar, terutama dalam konteks pemilihan umum. Digitalisasi telah membuka peluang baru dalam kegiatan politik, khususnya dalam kampanye pemilu. Kampanye politik yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional seperti pertemuan tatap muka, pemasangan baliho, dan penyiaran melalui televisi, kini semakin banyak memanfaatkan media sosial dan berbagai platform digital lainnya. Melalui media sosial, para kandidat dan partai politik dapat menyampaikan visi, misi, serta program kerja mereka secara lebih luas dan efisien. Selain itu, media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih, sehingga membentuk keterlibatan politik yang lebih interaktif (Mù et al., 2021)

Keberadaan media digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi politik, tetapi juga mengubah strategi kampanye. Politisi dapat membangun citra diri dengan lebih fleksibel dan dinamis melalui berbagai konten digital, seperti video, infografis, serta siaran langsung yang dapat menjangkau masyarakat dalam waktu yang cepat dan dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode kampanye tradisional. Namun, di sisi lain, kemajuan ini juga membawa tantangan, seperti penyebaran disinformasi, manipulasi opini publik, dan polarisasi masyarakat akibat filter bubble serta echo chamber di media sosial (Mù et al., 2021). Secara global, aktivitas politik saat ini sangat bergantung pada penggunaan teknologi digital, baik dalam memperoleh informasi maupun dalam menjalin komunikasi yang dimediasi oleh perangkat internet (Silitonga & Roring, 2023). Indonesia, sebagai negara dengan tingkat penetrasi internet yang terus meningkat, mengalami fenomena serupa. Pemanfaatan teknologi dalam politik telah menjadi fenomena yang tak terelakkan, di mana aktor politik, media, dan masyarakat saling berinteraksi dalam ekosistem digital yang dinamis. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana digitalisasi dan media sosial memengaruhi partisipasi politik masyarakat serta implikasinya terhadap demokrasi di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam dinamika politik di Indonesia, dengan menyoroti peluang dan tantangan yang muncul dalam proses digitalisasi politik. Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perubahan pola partisipasi politik masyarakat serta dampaknya terhadap kualitas demokrasi di era digital.

Tinjauan Kepustakaan

Media sosial telah menjadi elemen penting dalam lanskap politik modern. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang



memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Dalam konteks politik, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pemilih dan kandidat, serta menjadi sarana untuk menyebarkan ideologi politik (Mossberger et al., 2013).

Di Indonesia, penggunaan media sosial dalam politik semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite (2023), lebih dari 68% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform yang efektif dalam menyebarkan informasi politik dan membangun opini publik (Nugroho et al., 2012). Kampanye politik mengalami perubahan signifikan dengan kehadiran media sosial. Sebelum era digital, kampanye politik lebih banyak dilakukan melalui metode konvensional seperti pertemuan tatap muka, pemasangan baliho, dan penyiaran melalui televisi (Mù et al., 2021). Namun, dengan berkembangnya teknologi digital, strategi kampanye semakin mengandalkan media sosial untuk menjangkau pemilih secara lebih luas dan interaktif (Chadwick, 2013). Menurut Howard dan Hussain (2013), media sosial telah menjadi alat utama dalam kampanye politik karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi dengan cepat dan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode tradisional. Selain itu, keberadaan algoritma dalam media sosial memungkinkan kandidat politik untuk menargetkan kelompok pemilih tertentu berdasarkan preferensi dan aktivitas digital mereka (Bennett & Segerberg, 2012).

Partisipasi politik merujuk pada keterlibatan warga negara dalam proses politik, baik dalam bentuk partisipasi elektoral (seperti pemungutan suara) maupun non-elektoral (seperti aktivisme politik di media sosial). Menurut Verba, Scholzman, dan Brady (1995), partisipasi politik mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan oleh warga negara untuk memengaruhi kebijakan atau pemilihan pemimpin. Beberapa studi menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi politik. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Gil de Zúñiga, Molyneux, dan Zheng (2014) menemukan bahwa konsumsi berita politik melalui media sosial dapat meningkatkan keterlibatan politik seseorang. Selain itu, penelitian lainnya menunjukkan bahwa kampanye berbasis media sosial mampu mendorong pemilih muda untuk lebih aktif dalam politik (Boulianne, 2015). Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menciptakan polarisasi politik. Menurut Sunstein (2017), fenomena filter bubble dan echo chamber di media sosial dapat menyebabkan masyarakat hanya terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri, sehingga menghambat diskusi politik yang sehat dan pluralistik.

Salah satu tantangan terbesar dalam penggunaan media sosial untuk kampanye politik adalah penyebaran disinformasi. Menurut Wardle dan Derakhshan (2017), disinformasi adalah informasi yang sengaja dibuat untuk menyesatkan publik, sedangkan misinformasi adalah informasi yang salah namun disebarkan tanpa niat buruk. Di Indonesia, penyebaran berita palsu (hoaks) menjadi ancaman serius dalam kontestasi politik. Studi yang dilakukan oleh Lim (2017) menunjukkan bahwa selama pemilu, banyak akun anonim yang menyebarkan informasi palsu untuk memengaruhi opini publik. Hal ini diperparah dengan adanya bot dan troll yang digunakan untuk menggiring opini di media sosial (Tucker et al., 2018).

Selain itu, polarisasi politik yang diperparah oleh media sosial juga menjadi perhatian. Menurut Iyengar dan Westwood (2015), polarisasi politik dapat menyebabkan meningkatnya ketidakpercayaan terhadap kelompok oposisi dan menurunnya kualitas diskusi publik.



Peran media sosial dalam politik memiliki dampak yang kompleks terhadap demokrasi. Di satu sisi, media sosial memungkinkan transparansi politik yang lebih besar, meningkatkan akuntabilitas pemerintah, dan memperluas akses masyarakat terhadap informasi politik (Chadwick & Howard, 2009). Namun, di sisi lain, tantangan seperti penyebaran hoaks, polarisasi, dan manipulasi algoritma dapat mengancam kualitas demokrasi (Tucker et al., 2018).

Menurut Dahlgren (2009), demokrasi digital seharusnya menciptakan ruang publik yang inklusif, di mana setiap individu dapat berpartisipasi secara aktif dalam diskusi politik. Namun, realitasnya, media sosial sering kali digunakan sebagai alat propaganda yang menguntungkan kelompok tertentu, sehingga menghambat proses demokrasi yang sehat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana penggunaan media sosial dalam kampanye politik memengaruhi partisipasi politik masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunaannya partisipasi politik masyarakat (Priyono, 2014). Partisipasi politik dimaknai sebagai kegiatan perseorangan, organisasi atau grup yang berkontribusi memperoleh serta memberikan informasi secara cepat. Berkat media sosial, Barack Obama memenangkan Pemilu di Amerika Serikat sebanyak dua kali (Suhendra, 2012). Penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye juga diimplementasikan di Indonesia. Menjelang Pemilu, Partai Politik terlihat aktif membuat akun sosial media demi keperluan kampanye (Efriani, 2020). Akun sosial media tersebut memuat konten pengenalan dalam bentuk visi dan misi dengan harapan menarik simpati pemilih. Secara tidak langsung mengharapkan tingkat keaktifan dalam dunia perpolitikan. (Nur & Sukma, 2018). Meningkatnya partisipasi politik mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap politik mengalami peningkatan. Partisipasi Politik menurut Sitepu (Wardhani Nur, 2018) adalah Aktivitas yang dilakukan secara individu maupun kelompok secara tidak langsung mengenai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Disisi lain dapat dipahami bahwa sebuah aktivitas. Aktivitas tersebut bisa dilakukan secara langsung atau pun tidak langsung, baik dengan memilih calon pemimpin atau mempengaruhi kebijakan yang dibuat oleh pemerintah secara tidak langsung.

Dalam negara demokrasi, media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk opini publik dan partisipasi politik. Dengan kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat dan luas, media sosial menjadi salah satu alat utama bagi masyarakat untuk memperoleh berita politik, mengikuti perkembangan pemilu, dan memahami kebijakan publik. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena politik di mana wacana politik berkembang dan diperdebatkan. Dalam konteks kampanye politik, media sosial memungkinkan politisi untuk



menjangkau pemilih secara langsung, membangun citra diri, serta memobilisasi dukungan dengan lebih efektif dibandingkan media konvensional.

Lebih dari sekadar menyebarkan informasi, media sosial juga berfungsi sebagai alat mobilisasi politik yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk, seperti pemungutan suara, diskusi kebijakan, hingga aksi protes dan gerakan sosial. Berbagai strategi komunikasi digital digunakan oleh politisi untuk menarik simpati publik, seperti penggunaan konten visual yang menarik, narasi emosional, serta interaksi langsung dengan pemilih melalui fitur live streaming dan komentar. Dengan pendekatan ini, politisi berusaha menciptakan kedekatan dengan pemilih serta membentuk citra positif yang dapat memengaruhi preferensi politik masyarakat.

Namun, di balik manfaatnya, penggunaan media sosial dalam politik juga menimbulkan tantangan. Penyebaran informasi yang tidak selalu akurat, hoaks, dan propaganda digital menjadi ancaman bagi demokrasi jika tidak diimbangi dengan literasi digital yang memadai. Selain itu, algoritma media sosial cenderung menciptakan echo chamber atau ruang gema, di mana individu lebih sering terpapar pada pandangan politik yang sesuai dengan preferensinya, sehingga mempersempit ruang diskusi yang sehat dan kritis.

Dengan demikian, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga agen perubahan sosial yang dapat membentuk perilaku politik masyarakat. Dalam konteks kampanye politik, penggunaan media sosial tidak hanya berdampak pada strategi politisi dalam meraih dukungan, tetapi juga mempengaruhi cara masyarakat berpartisipasi dalam kehidupan demokrasi. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai peran media sosial dalam politik menjadi penting untuk memastikan bahwa penggunaannya dapat memperkuat demokrasi dan keterlibatan politik masyarakat secara positif.

Teori Partisipasi Politik

Partisipasi politik adalah fondasi dari demokrasi yang berfungsi baik, yang melibatkan warga negara secara aktif dalam proses politik dan pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Huntington dan Nelson menggambarkan partisipasi politik sebagai aktivitas warga negara yang bertujuan memengaruhi kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh pemerintah. Bentuk-bentuk partisipasi politik bervariasi, mulai dari memilih dalam pemilu, berdiskusi tentang politik, menghadiri kampanye, hingga menjadi anggota partai politik atau kelompok kepentingan. Partisipasi yang tinggi dianggap sebagai tanda bahwa masyarakat tertarik dan memahami politik, sementara partisipasi rendah sering kali dilihat sebagai indikasi rendahnya kesadaran politik (Yunus et al., 2017).

Media sosial telah menjadi sarana partisipasi politik yang demokratis, memberikan akses dan interaksi bagi individu untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, mengutarakan pendapat politiknya, dan berpartisipasi dalam partai politik. Revolusi ini telah mengubah lanskap partisipasi politik dengan memberikan suara kepada masyarakat yang sebelumnya terbatas dalam menyediakan. Partisipasi politik merupakan bagian penting dari demokrasi. Partisipasi dalam politik merupakan ciri politik modern. Karena keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah mempengaruhi dan mempengaruhi kehidupan warganegara, maka mereka mempunyai hak untuk ikut serta dalam menentukan isi keputusan politik. Samuel



P. Huntington dan Joan Nelson mendefinisikan partisipasi politik sebagai aktivitas yang dilakukan warga negara dengan tujuan mempengaruhi keputusan pemerintah (Huntington, 1994, p. 4). Lebih lanjut, Huntington dan Nelson menjelaskan bahwa keterlibatan politik dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti berpartisipasi dalam pemungutan suara, menghubungi pejabat pemerintah dan pemimpin politik untuk mempengaruhi kepentingan orang banyak, yang kita sebut dengan lobbying, yang memiliki peran sebagai anggota atau pegawai suatu kelompok dengan tujuan mempengaruhi keputusan pemerintah, menjalin hubungan dengan pejabat pemerintah, dan umumnya hanya menguntungkan satu atau hanya beberapa orang dan bersifat agresif untuk mempengaruhi keputusan pemerintah dengan merugikan badan tersebut kepada manusia dan harta benda (Huntington, 1994). Oleh karena itu, partisipasi dalam politik adalah kegiatan warga negara yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi penyelenggaraan negara melalui berbagai Tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, bergabung dengan kelompok kepentingan atau lembaga politik, mencari calon dan/atau mencalonkan diri sebagai pengorganisir Masyarakat, berkomunikasi dengan pejabat negara, protes, kampanye, dll.

Penggunaan media sosial dalam kampanye politik menunjukkan bahwa platform digital bisa meningkatkan kesadaran politik, memperluas diskusi publik dan memobilisasi pemilik. Namun, dampak yang ditimbulkan tidak selalu positif, ada polarisasi opini dan manipulasi politik yang menjadi tantangan yang menghambat partisipasi politik .

Kesimpulan

Media sosial telah menjadi komponen integral dalam kampanye politik modern, mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, membentuk opini politik, dan berpartisipasi dalam proses politik. Perkembangan teknologi digital memungkinkan kandidat dan partai politik untuk menjangkau pemilih secara lebih luas dan efisien dibandingkan metode kampanye tradisional. Keunggulan media sosial dalam menyebarkan informasi dengan cepat, membangun citra politik, serta memfasilitasi komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih telah meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam politik, baik dalam bentuk partisipasi elektoral maupun non-elektoral. Namun, selain manfaatnya, media sosial juga membawa tantangan signifikan dalam ranah politik. Penyebaran disinformasi, hoaks, dan propaganda digital dapat memanipulasi opini publik dan merusak kualitas demokrasi. Algoritma media sosial cenderung menciptakan filter bubble dan echo chamber, yang mempersempit ruang diskusi politik dan memperkuat polarisasi masyarakat. Meskipun media sosial dapat meningkatkan kesadaran politik dan memobilisasi pemilih, dampak negatif seperti manipulasi politik dan polarisasi opini menjadi hambatan dalam menciptakan partisipasi politik yang sehat dan demokratis. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab. Diperlukan upaya peningkatan literasi digital agar masyarakat mampu memilah informasi secara kritis, serta regulasi yang dapat mengurangi dampak negatif dari disinformasi politik. Jika digunakan dengan baik, media sosial dapat menjadi alat yang memperkuat demokrasi dengan meningkatkan transparansi, partisipasi, dan keterlibatan politik masyarakat secara lebih inklusif.



Saran

Untuk mengoptimalkan peran media sosial dalam kampanye politik, diperlukan langkah-langkah strategis yang dapat meminimalkan dampak negatif seperti polarisasi opini dan manipulasi politik. Pertama, penting bagi pemerintah, lembaga pemilu, serta platform media sosial untuk meningkatkan transparansi dalam penyebaran informasi politik guna mencegah penyalahgunaan teknologi untuk kepentingan tertentu. Kedua, peningkatan literasi digital masyarakat menjadi faktor utama dalam mengatasi hoaks dan propaganda politik, sehingga pemilih dapat memilah informasi yang kredibel serta tidak mudah terpengaruh oleh disinformasi. Ketiga, perlu adanya regulasi yang jelas dan tegas terhadap penggunaan media sosial dalam politik, termasuk pengawasan terhadap iklan politik digital agar tidak terjadi penyalahgunaan data pengguna atau penyebaran narasi yang menyesatkan. Keempat, kampanye politik di media sosial seharusnya lebih menitikberatkan pada edukasi politik yang konstruktif, di mana kandidat dan partai politik tidak hanya berusaha memperoleh suara, tetapi juga membangun kesadaran politik yang lebih inklusif. Terakhir, diperlukan pendekatan partisipatif dalam pemanfaatan media sosial, di mana masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga aktif terlibat dalam diskusi politik yang sehat dan demokratis. Dengan demikian, media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang memperkuat partisipasi politik secara positif, sekaligus menjaga ekosistem politik digital yang lebih transparan, akuntabel, dan inklusif.

Daftar Rujukan

- Ahmad Salman Farid. 2023. Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politi dan Partispasi Politik
- Dimaz Oktama Andriyendi, Nurman S, Susi Fitria Dewi, 2023. Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada
- Juwika Afrita. 2024. Pemilu 2024: Menjinjau Dampak Kampanye Terhadap Partisipasi Politik
- Khusnul Khatimah, Alhamdani, Vega Selvia, Anita Sugiyarti, Muhammad Gilang Maulana, Muhammad LuthfiSetiarno Putra. 2024. Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik dan Demokrasi di Indonesia
- Sellita. 2024. Media Sosial dan Pemilu: Studi Khusus Pemilihan Presiden *Social Network and Election: Evidence From The Indonesian Presidential Eelction*