

The Influence of Social Media on People's Political Behavior

Bintang Alvinto¹, Irawati², Andri Rusta³, Mhd Fajri^{4*}

^{1,2,3,4} Universitas Andalas, Indonesia

*Correspondence Author: mhdhajri@soc.unand.ac.id

Abstract

Mass communication through social media can be used as a link between political communicators and the public. As a political communication channel, social media can influence and determine political behavior because social media can influence public opinion. Good control of public opinion plays a role in winning the battle for societal influence. For political forces participating in parliamentary elections (such as presidential elections, regional head elections and members of parliament), it is important to use social media effectively to convey political messages. Through social media, the public absorbs the content of political messages more quickly and easily, because every public has access to information without barriers and geographical boundaries. Social media is also a very effective means of communication, especially when conveying information and receiving public feedback. Public feedback can bring closer relations between the political media and the public. In addition, the use of social media is increasingly popular and growing among people today, reaching even remote rural areas. With good information packaging, the public can easily understand the political messages conveyed by the political media. By conveying political messages that are appropriate and carried out effectively, in the end it can arouse public sympathy so that they accept the intentions desired by political communicators.

Keywords: Social Media; Political Communication Channels; Political Messages; General Elections; Public Opinion

1. Pendahuluan

Diskusi tentang politik selalu menarik, karena biasanya mengarah ke kekuasaan. Itu menjadi kebiasaan atau bahkan karakter utama dalam setiap manusia memiliki kekuatan (Apter 1996). Dengan bantuan kekuatan, seorang individu dapat mewujudkan dan mengembangkan potensi dirinya baik dalam tindakan positif maupun sebaliknya. Untuk mencapai kekuatan tersebut, memasuki dunia politik merupakan sarana penting yang harus digunakan oleh para aktivis politik (Dzulkih Said 2007). Dalam melakukan kerja politik, harus menggunakan berbagai jalur politik yang efektif dan efisien. Saluran politik adalah cara untuk memfasilitasi penyampaian pesan politik kepada publik. Pesan politik dalam konteks ini adalah simbol-simbol seperti kata-kata atau ucapan, gambar atau tindakan. Kita juga bisa mendapatkan dengan

mencocokkan simbol untuk membuat cerita dan foto, termasuk drama. Sarana yang disebutkan di sini tidak terbatas pada sarana mekanis, teknik, dan sarana pertukaran simbol, tetapi orang sebenarnya dapat digunakan sebagai saluran komunikasi. Saluran komunikasi merupakan bagian penting dari komunikasi politik karena berkaitan erat dengan pesan-pesan politik. Politik juga membahas tentang siapa bisa berbicara dengan siapa, tentang apa, dalam kondisi apa, sampai sejauh mana bisa dipercaya (Mas'ood 1987).

Komunikator politik, terlepas dari posisinya, melalui proses komunikasi, menyalurkan pesan dari struktur formal dan informal ke tujuan milik lapisan masyarakat yang berbeda. Pekerjaan politik yang membutuhkan jalur politik, terutama menjelang peristiwa politik atau pemilihan umum, sering disebut kampanye, yaitu

kegiatan politik yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan politik kepada publik. Tujuan kampanye pemilihan umum adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat apa yang akan dilakukan jika pemenang terpilih, dengan harapan masyarakat mendukung pemilihan tersebut. Karena pada dasarnya kampanye apapun adalah tentang mendapatkan dukungan untuk sebuah kemenangan yang pada akhirnya akan mengumpulkan kekuatan. Kampanye yang dilakukan sebagai bagian dari pemilihan parlemen terutama merupakan proses komunikasi politik, yaitu semua tindakan komunikasi yang berkaitan dengan diskusi politik untuk mencapai kemenangan. Komunikasi politik itu penting, jika para kandidat telah melakukannya.

Jika para kontestan mengabaikan komunikasi politik, peluang mereka untuk memenangkan pemilihan umum akan terhambat. Dengan kata lain, proses komunikasi politik harus dibangun untuk semua partai politik yang berpeluang memenangkan pemilu. Pelaksanaan kampanye pemilihan parlemen ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk penggunaan saluran komunikasi politik. Saat ini kampanye politik dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, salah satunya melalui media social. Media sosial adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan oleh kandidat untuk mempromosikan diri dan menyebarkan pesan politik dalam pemilihan umum. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah Facebook, Twitter, Path, YouTube, Instagram, Kaskus, LINE, WhatsApp, BlackBerry Messenger. Dalam konteks ini, artikel ini berusaha membahas dampak dan efektivitas penggunaan media sosial sebagai saluran komunikasi politik terhadap perilaku politik masyarakat.

Teori komunikasi massa pertama kali diutarakan oleh Herbert Blumler dan Elihu Katz dalam bukunya *The Uses Of Mass*

Communication: Current Perspective On Gratification Research. Teori ini banyak berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumen, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan (Hamad 2004). Menurut teori penggunaan dan kepuasan Blumler dan Katz, media secara aktif terlibat dalam pemilihan dan penggunaan media. Mereka percaya bahwa khalayak memiliki banyak alasan untuk memilih dan menggunakan media. Menurut teori ini, konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana atau melalui media mana mereka mengkonsumsi media dan bagaimana media mempengaruhi mereka (Hamad 2004). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap orang (*what media does to people*), tetapi apa yang dilakukan orang terhadap media (*what people do to media*). Teori ini termasuk dalam tradisi psikologi sosial, dimana teori ini memandang individu sebagai makhluk sosial. Oleh karena itu, teori ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tanggapan apa saja yang melatarbelakangi penggunaan media oleh khalayak di media baru, kebutuhan dan kepuasan apa yang terpenuhi melalui penggunaan media sosial.

Disamping itu, perilaku politik didefinisikan sebagai proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik, tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat (Muhammad 1996). Kegiatan yang akan dilakukan pada dasarnya dibagi menjadi dua bidang, yaitu tugas pemerintah dan tugas politik yang dilakukan oleh masyarakat. Pemerintah dan masyarakat adalah sekelompok orang. Pada dasarnya orang-orang yang mengikuti kegiatan itu terbagi menjadi dua golongan, yaitu mereka yang menduduki jabatan pemerintahan (pejabat) dan warga negara biasa yang tidak mempunyai jabatan pemerintahan tetapi mempunyai hak untuk mempengaruhi orang-orang yang menduduki jabatan pemerintahan

(jabatan politik). Namun, fungsi administrasi dan politik biasanya memenuhi struktur yang terpisah, yaitu suprastruktur politik dari fungsi pemerintahan dan infrastruktur politik dari fungsi politik. Menurut (Sastroadmodjo 1995), perilaku politik adalah tindakan yang dilakukan oleh pemerintah ataupun masyarakat berkaitan dengan tujuan dari suatu masyarakat, kebijakan untuk mencapai suatu tujuan, serta sistem kekuasaan yang memungkinkan adanya suatu otoritas untuk mengatur kehidupan masyarakat kearah pencapaian tujuan tersebut. Perilaku politik meliputi reaksi internal seperti persepsi, sikap, kecenderungan dan keyakinan serta tindakan nyata seperti pemungutan suara, protes, lobi dll. Perilaku politik (political behavior) dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi hak dan kewajibannya sebagai entitas politik. Negara memaksa seseorang atau kelompok untuk memenuhi hak dan kewajiban mereka sebagai entitas politik. Menyelenggarakan pemilihan untuk memilih wakil/pemimpin. Ikuti dan Anda berhak menjadi orang politik dengan bergabung dengan partai politik atau partai politik, bergabung dengan Ormas atau organisasi kemasyarakatan atau lembaga swadaya masyarakat. Berpartisipasi dalam partai politik. Berpartisipasi dalam mengkritik atau memermalukan aktor politik berpengaruh. Hak untuk menjadi pemimpin politik. Berkomitmen untuk melaksanakan hak dan kewajibannya sebagai insan politik untuk melakukan kegiatan politik yang dipersiapkan dengan baik sesuai dengan konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Terdapat dua aspek penting dalam perilaku politik. Pertama, perilaku politik selalu berorientasi pada nilai atau tujuan. Nilai dan tujuan terbentuk dalam proses perilaku politik yang sebenarnya menjadi miliknya. Kedua, perilaku politik berwawasan ke depan, proaktif, mengacu pada masa lalu, dan selalu memperhatikan peristiwa masa lalu.

Perilaku memilih adalah aktivitas yang misalnya, Ketika pemilih membuat pilihannya, dia berpartisipasi dalam pemilihan umum, pemilihan presiden dan pemilihan pemimpin provinsi serta kabupaten/kota (Kusuma 2008). Menurut Saiful (Mujani 2012), ada tiga pendekatan perilaku memilih, yaitu pilihan sosiologis, psikologis dan rasional:

1. Pendekatan sosiologis, etnis/daerah/diskusi dan lain-lain.
2. Pendekatan psikologis Pendekatan psikologis secara metodis menjelaskan kecenderungan individu, terutama yang berkaitan dengan preferensi politiknya terhadap suatu partai. Menurut pendekatan ini, sosialisasi politik yang diterima seseorang sangat mempengaruhi keputusan politiknya, terutama pada saat pengambilan keputusan politik.
3. Pendekatan Pilihan Rasional Pendekatan ini muncul dari ketidakpuasan terhadap pendekatan sosiologis dan psikologis. Menurut perspektif pemilih yang rasional ini, seseorang berperilaku secara rasional, yaitu bagaimana memperoleh hasil yang maksimal dengan biaya yang seminimal mungkin.

Ketiga pendekatan teoritis diatas dapat memberikan argumentasi mendalam terkait perilaku pemilih yang dipengaruhi oleh arus media sosial di masyarakat itu sendiri.

Penelitian ini akan difokuskan melihat bagaimana komunikasi yang dilakukan melalui media sosial dapat berperan dalam mempengaruhi perilaku politik dari masyarakat.

2. Metode

Sugiyono (2013) menyatakan metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan untuk suatu hal. Dalam riset ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder seperti penggunaan dokumen melalui literature review yang diperoleh dari artikel jurnal, buku dan informasi online serta sumber website pemerintah.

3. Hasil dan Pembahasan

Diskusi tentang politik selalu menarik, karena biasanya mengarah ke kekuasaan. Itu menjadi kebiasaan atau bahkan karakter utama dalam setiap manusia memiliki kekuatan. Dengan bantuan kekuatan, seorang individu dapat mewujudkan dan mengembangkan potensi dirinya baik dalam tindakan positif maupun sebaliknya. Untuk mencapai kekuatan tersebut, memasuki dunia politik merupakan sarana penting yang harus digunakan oleh para aktivis politik. Dalam melakukan kerja politik, harus menggunakan berbagai jalur politik yang efektif dan efisien. Saluran politik adalah cara untuk memfasilitasi penyampaian pesan politik kepada publik.

Saluran komunikasi merupakan bagian penting dari komunikasi politik karena berkaitan erat dengan pesan-pesan politik. Pesan politik yang disampaikan secara persuasif kepada masyarakat dengan membangun *branding* yang baik dalam masyarakat. Salah satu upaya dalam membangun *branding* tokoh tersebut adalah dengan memanfaatkan media sosial. Melalui media sosial, pendapat dan aspirasi masyarakat dapat diakomodir dengan baik sekaligus membentuk cerminan dari tokoh tersebut.

Pendapat dan keinginan orang dan mengaturnya seperti itu; "kesatuan kepentingan" dan "artikulasi kepentingan" memperjuangkan ketertiban umum (Budiarjo 2008). *The Dictionary of Political Analysis* menjelaskan bahwa komunikasi politik adalah penyebaran kegiatan, makna atau pesan yang berkaitan dengan berjalannya

suatu sistem politik, yang meliputi unsur komunikasi seperti sarana komunikasi, pesan dan lain-lain. Sebagian besar komunikasi politik adalah domain lembaga khusus seperti media massa, lembaga informasi pemerintah, atau partai politik. Namun, komunikasi politik dapat ditemukan di setiap lingkungan sosial, mulai dari dua orang lapangan hingga posisi parlementer. Khalayak komunikasi politik Masyarakat adalah kelompok sasaran komunikasi, yang mendengar, menyaksikan dan menyimak pesan-pesan media politik. *Audiens* komunikasi politik pada umumnya adalah mereka yang diharapkan untuk mengikuti proses pemilu baik untuk kampanye maupun kepentingan politik, khususnya pada saat pemungutan suara. Selama kampanye politik masyarakat mendengarkan pidato politik dari media politik. Kampanye politik adalah suatu bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh orang atau organisasi politik pada waktu tertentu.

Dengan tujuan untuk membujuk, membujuk, menciptakan dan mempromosikan hubungan politik. Kampanye politik biasanya mengembangkan segala bentuk komunikasi politik seperti; agitasi politik, propaganda politik, PR politik, retorika politik, dll. Menurut (Anwar Arifin 2008) ada tiga tujuan kampanye politik dalam persaingan antar partai. Pertama, membangkitkan loyalitas alamiah dari anggota partai, agar tetap memilih sesuai loyalitas itu. Kedua, dengan menghimpun orang (pemilih) yang tidak berafiliasi dengan partai politik tertentu, atau dengan menciptakan pendukung baru dari kelompok independen. Ketiga, meyakinkan masyarakat dari partai lain (pemilih) bahwa keadaan akan membaik jika mereka memilih calon dari partainya. Masyarakat menjadi sasaran segala macam kampanye politik. publik terdiri dari orang-orang yang selalu berkomunikasi (terhubung) dan berkomunikasi (menjawab) dengan orang lain dalam forum yang disebut

publik. Pawa bahwa penonton atau penerima (*audience*) sama sekali tidak pasif, tetapi sangat aktif. Hanya agar individu dan audiens memiliki kemampuan untuk mematahkan semangat dan menyerap semua rangsangan yang bergerak. Namun perlu diperhatikan bahwa tidak semua pesan atau informasi yang diterima oleh masyarakat secara otomatis akan mempengaruhi mereka. Ada beberapa faktor lain yang terlibat dalam mencapai tingkat perubahan perilaku publik. Karena masing-masing individu dan kelompok secara internal menyaring, menyeleksi dan memproses semua pesan dan pidato politik yang datang dari luarnya.

Publik hanya akan mengikuti pesan atau diskusi politik yang menguntungkan atau memuaskan kepentingan dan kebutuhan mereka. Karena sebagai makhluk sosial setiap individu memiliki kebutuhan fisik dan mental. Jadi segala sesuatu yang diperoleh secara alami dianggap sebagai tingkat kepentingan dan kebutuhannya. Informasi yang berguna untuk komunikasi juga dilacak, khususnya dalam dunia komunikasi politik. Dimana komunikasi politik tidak linier tetapi transaksional. Media massa memang memiliki pengaruh, tetapi pengaruhnya disaring, dipilih dan diterima atau ditolak oleh faktor personal, yang mempengaruhi reaksi mereka. DeFleur dan Bell-Rokeach mencatat bahwa pertemuan publik dengan komunikasi massa didasarkan pada kerangka teoritis.

Pertama, teori perbedaan individu menjelaskan bahwa setiap orang memiliki potensi biologis yang berbeda, pengalaman dan lingkungan yang tidak sama, sehingga media yang berbeda mempengaruhi khalayak. Kedua, teori kategori sosial, memandang bahwa kelompok sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, agama, etnis, pendapatan, pendidikan, dan tempat tinggal menunjukkan kategori respons tertentu yang tidak sama antar kategori. Dalam proses komunikasi politik, tampaknya pengaruh

yang paling kuat pada setiap individu untuk menentukan sikap politiknya adalah keyakinan atau ideologi, termasuk agama dan tradisi. Beberapa studi menunjukkan bahwa pemilih memberikan suaranya untuk partai politik atau kandidat sesuai dengan ideologi politik mereka. Artinya, partai atau kandidat yang tidak sesuai dengan ideologi politiknya akan ditolak.

Oleh karena itu, harus membuat peta ideologi, agama dan tradisi masing-masing individu atau model dominan dalam masyarakat, jika ingin efektif dalam komunikasi politik untuk mendapatkan dukungan politik. Selain yang telah diuraikan di atas, Nampaknya, kebutuhan dan motivasi orang yang datang ke publik untuk menerima pesan sangat dipengaruhi oleh politik. Efektivitas komunikasi politik sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan kemampuan menerima pesan politik secara langsung atau melalui media. Mencakup kepribadian dan keadaan jasmani seseorang, yang terdiri dari:

- (1) pengetahuan manusia tentang materi;
- (2) kemampuan penerima pesan melalui nomor yang digunakan; dan
- (3) data pribadi, terutama kosakata yang digunakan.

Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi politik untuk mempengaruhi publik secara efektif antara lain:

- 1) Mengetahui latar belakang audiens. Pesan politik mungkin tidak berdampak positif bagi audiens. Oleh karena itu, pelamar harus mendapatkan informasi yang akurat tentang latar belakang komunitas, termasuk ideologi, sosial budaya, kehidupan ekonomi, tingkat pendidikan, dan lainnya.

- 2) Proses penyampaian pesan berdasarkan kebutuhan audiens. Isi pesan sangat mempengaruhi publik dalam definisi sikap politik. Dalam mengemas pesan politik harus bertujuan untuk memberikan pendidikan politik yang elegan dan intelektual. Hal ini

karena dalam konteks tertentu pesan politik yang sarat dengan intrik politik dapat meninggalkan kesan negatif bagi masyarakat. 3) Seorang komunikator politik yang handal. Ketika menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi, komunikator politik harus memiliki pengetahuan dan kredibilitas media sosial yang baik. Peran juru bicara politik sebagai penyalur informasi yang dibutuhkan masyarakat sangat penting.

Hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku memilih

Pemilih tidak berpartisipasi dalam pemilu hanya karena mereka merasa lebih baik secara sosial-ekonomi atau karena mereka berada dalam jaringan sosial, tetapi karena mereka tertarik dengan politik dan mengenal beberapa partai. Inilah arti keterikatan emosional dengan pihak tertentu. Orientasi kandidat, dimana informasi pribadi (pemilih) tentang keberadaan kandidat mempengaruhi posisi kandidat dalam pemilihan provinsi. Secara umum, pemilih lebih cenderung menilai caleg berdasarkan latar belakang caleg, prestasi caleg, visi, misi, dan popularitas caleg. Sementara itu, isu kebijakan pembangunan merupakan kepentingan publik terhadap isu-isu yang sedang dan sedang dikembangkan. Masyarakat melihat visi dan misi calon kepala daerah. Isu politik yang berkembang tidak lepas dari permasalahan yang ada. Oleh karena itu sangat penting bagi masyarakat untuk melihat hal-hal tersebut berkembang dan terwujud di lingkungannya sendiri, memiliki informasi yang cukup tentang isu-isu pembangunan sehingga mereka dapat mengambil keputusan dan mendengar suara mereka serta percaya bahwa keputusan mereka akan memperbaiki keadaan. Orang yang memiliki pengetahuan lebih tentang urusan publik lebih mampu membentuk sikap dan melakukan tindakan politik, seperti B. Partisipasi dalam pemilihan umum. Di sisi lain, orang yang tidak berpengetahuan

cenderung tidak bertindak, yang mempengaruhi tindakan dan partisipasinya dalam kepentingan publik. Oleh karena itu, informasi publik dapat membantu seseorang untuk memilih dalam pemilihan umum. Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku memilih dalam bentuk aktivitas politik dengan memperoleh informasi tentang informasi, visi dan misi caleg serta permasalahan yang berkembang di masyarakat. media sosial. Dalam intensitas penggunaan media sosial, akan ada kecenderungan membentuk identitas dimana mereka melihat, membaca atau membagikan konten. Konten dari berbagai media sosial. Pengetahuan politik dan teknologi media para pengguna juga mempengaruhi motivasi untuk berpartisipasi dalam isu-isu politik. Menariknya, teori pembelajaran sosial Bandura, yang menyatakan bahwa sebagian besar perilaku manusia adalah menyesuaikan diri, dan prinsip-prinsip pembelajaran juga cukup untuk menjelaskan perkembangan perilaku. Selain itu, teori ini juga menjelaskan bahwa apa yang dilihatnya dicapai melalui proses pembelajaran melalui media atau observasi. Semakin banyak media dan konten diekspos, semakin besar dampaknya terhadap pola pikir pengguna. Tingkat keterpaparan dipengaruhi oleh seberapa sering seseorang menggunakan media. Ketertarikan pada stimulus yang disajikan dan yang diterima memengaruhi perhatian dan melanjutkan pemrosesan rangsangan.

4. Kesimpulan

Sebagai bagian dari komunikasi massa, penting untuk menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi politik. Dengan menggunakan media sosial, seorang komunikator politik dapat menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat secara cepat, mudah, dan akurat. Ia dapat mempresentasikan tujuan politik, bahkan dapat mengubah perilaku politik publik

dengan mendefinisikan sikap politiknya. Menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi politik mungkin tidak berjalan dengan baik. Anda harus menggunakan strategi dan kerja politik yang profesional dan terukur. Partai yang berkampanye memenangkan Pilpres, Pilkada, dan Pilkada harus mengenal publik secara dekat agar tahu kebutuhannya. Sehingga dipastikan pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat memberikan dampak positif.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

5. Daftar Pustaka

- AnwarArifin. (2008). *Opini Publik*. Jakarta: Penerbit Pustaka Indonesia.
- Apter, David. (1996). *Pengantar Analisa Politik*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Budiarjo, Miriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dzulkiyah Said, Moh. (2007). *Sosiologi Politik. Konsep Dan Dinamika Perkembangan Kajian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Hamad, Ibnu. (2004). "Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999." *Makara, Sosial Humaniora* 8(1).
- Kusuma, Surya. (2008). *Panduan Sukses Kampanye Pemilu 2009*. Jakarta: Pustaka Cendekiamuda.
- Mas'ood, Mochtar. (1987). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Muhammad, Afsar. (1996). *Beberapa Pendekatan Dalam Memahami Perilaku Pemilih*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mujani, Saiful. (2012). *Kuasa Rakyat*. Jakarta: Mizan Publika.
- Sastroadmodjo, Sudijono. (1995). *Perilaku Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press.