

[Home](#) / [Artikel](#) / [Serantau](#)

Media Sosial dan Upaya Menggait Pemilih Pemula di Tahun Politik

Kamis, 23 Februari 2023 09:42 WIB

Bagikan Halaman Ini:



(CAKAPLAH) - Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi turut merambah ke seluruh dunia termasuk ke Indonesia. Monavia Ayu Rizaty memaparkan data We Are Social dalam dataindonesia.id pada 3 Februari 2023 bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212 juta per Januari 2023 yaitu setara 77 persen dari populasi Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa warga Indonesia sebagian besar telah mengalami transformasi akses informasi yang luar bisa dibandingkan sebelum era internet. Dengan kata lain, ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan lanskap akses informasi yaitu dari media konvensional seperti media cetak dan elektronik, kemudian berkembang menjadi konsep media baru atau dikenali juga dengan istilah new media berbasis internet. Dalam hal ini, McQuail (2011) seorang pakar komunikasi mengungkapkan bahwa konsep new media merupakan tempat terdesentralisasi pesan yang terdistribusi melalui satelit yang melibatkan jaringan kabel dan komputer.

Tidak sebatas itu, perkembangan medium informasi semakin canggih dengan kemunculan platform media sosial seperti YouTube, Facebook, WhatsApp, Tik Tok, Twitter, Instagram, Wechat, Telegram dan lain sebagainya yang menawarkan berbagai keunggulannya masing-masing. Hal ini dengan otomatis kembali merubah lanskap akses informasi bagi masyarakat Indonesia. Dalam pada itu, realitas tren perkembangan pengguna media sosial di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan.

Melihat kepada data yang disajikan oleh Shilvina Widi dalam laporan portal dataindonesia.id pada 3 Februari 2023 merujuk laporan We Are Social memaparkan bahwa per Januari 2023 terdapat 167 juta orang pengguna media sosial atau setara 60,4 persen dari total jumlah populasi penduduk dalam negeri Indonesia. Selanjutnya, pengguna media sosial rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 18 menit setiap hari yang sekaligus merupakan durasi penggunaan media sosial di Indonesia menjadi ke 10 tertinggi di dunia. Ini menggambarkan tingkat ketergantungan informasi warga Indonesia terhadap media sosial cukup tinggi, sehingga pada gilirannya dapat dipastikan media sosial memainkan peranan penting dalam mewarnai berbagai corak informasi yang beredar dalam ingatan masyarakat Indonesia, termasuk informasi politik.

Terkait dengan hal ini, salah satu yang menarik perhatian adalah fenomena media sosial sebagai saluran informasi politik meraih simpati pemilih pemula menghadapi pemilu 2024.

Sebelum membicarakan media sosial sebagai saluran informasi politik pemilih pemula, maka perlu difahami dulu, apa konsep informasi politik? Bob Trivica (2015) seorang pakar dari University of Manitoba, Winnipeg, Canada mengemukakan konsep information politics yang disingkat dengan infopolitics adalah berkaitan dengan hal kekuasaan, agenda, dan pertarungan yang menyangkut organisasi informasi dan teknologi informasi. Selanjutnya, konsep pemilih pemula pula merujuk kepada Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 tentang pemilihan umum disebutkan bahwa pemilih pemula adalah mereka yang baru pertama kali untuk memilih dan telah berusia 17 tahun atau lebih atau sudah pernah menikah mempunyai hak memilih dalam pemilihan umum (dan PemiluKada).

Meraih simpati Pemilih Pemula

Tahun 2023 merupakan jelang tahun politik bagi menuju perhelatan agenda rutin pesta demokrasi dalam rangka pelaksanaan pemilu secara serentak di Indonesia untuk memilih anggota DPR, DPRD, DPD dan Presiden dilangsungkan secara serentak, termasuk juga Pemilihan Kepada Daerah. Dalam menghadapi agenda tahun politik secara serentak ini sudah barang tentu gaung setiap para peserta kontestan politik baik secara individu maupun partai politik semakin tertantang untuk memaksimalkan memanfaatkan saluran-saluran komunikasi politik untuk menyalurkan pesan informasi politik guna meraih simpati sekaligus suara para pemilih pemula yang merupakan pemilih potensial pada pemilu tahun 2024. Apatah lagi, Kompas.com melaporkan bahwa menurut Koordinator Divisi Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat KPU RI August Mellaz Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia menyampaikan pada Pemilu 2024 nanti jumlah pemilih pemula sekitar 107-108 juta dari total jumlah pemilih di Indonesia merupakan pemilih yang dominan (KOMPAS.com. 10/2/2023).

Sehubungan dengan ini, salah satu isu soalan yang patut menjadi perhatian adalah bagaimana strategi meraih suara pemilih pemula melalui media sosial? Terkait hal ini, pendekatan The Dentsu Way yang dikemukakan oleh Kotaro Sugiyama dan TimAndree (2011) yang memuat lima komponen utama yaitu Attention, Interest, Search, Action, Share (AISAS) adalah salah satu strategi yang patut dipertimbangkan oleh kontestan politik dalam upaya mengoptimalkan penyaluran pesan politik melalui media sosial. Secara konseptual, AISAS merupakan suatu model pendekatan efektif terhadap target khalayak untuk mengkomodasi perilaku komunikasi interaktif yang menggunakan internet dan telepon seluler dalam prose pencarian informasi.

Dalam hemat pandangan penulis, AISAS dalam konteks meraih suara pemilih pemula melalui optimalisasi penggunaan media sosial dapat dilihat seperti berikut. Pertama, Attention yaitu proses pemilih pemula sebagai konsumen informasi politik dalam memperhatikan produk pesan politik yang disampaikan melalui media sosial. Pada dimensi ini, penyedia informasi politik yang dalam hal ini para kontestan politik sangat penting memperhatikan kualitas dan keunikan isi pesan politik yang dimuatkan ke dalam media sosial yang pada gilirannya mampu mempengaruhi perhatian para pemilih pemula.

Kedua, menimbulkan ketertarikan (Interest), keunikan dan kualitas pesan politik yang dimuat ke dalam media sosial mesti mampu memicu respon daya tarik pemilih pemula, apatah lagi pesan politik yang ditampilkan dapat mengundang rasa keinginan untuk mengetahui lebih dalam. Ketiga, mengumpulkan informasi (Search), dampak dari rasa ingin tahu yang mendalam atas kualitas dan keunikan pesan politik yang disalurkan melalui media sosial mampu mempengaruhi perilaku pemilih pemula untuk mencari dan mengumpulkan informasi pesan politik terkait lebih banyak lagi untuk menjawab rasa ketertarikan atas pesan politik yang telah hadir dalam diri mereka.

Keempat, melakukan tindakan (Action), tahap tindakan ini merupakan dampak dari tercapainya pemenuhan informasi politik yang dicari oleh pemilih pemula, setelah mereka yakin dengan apa yang mereka dapatkan selanjutnya mereka membuat suatu keputusan tindakan. Oleh itu, kualitas pesan politik yang disajikan mempengaruhi tindakan politik para pemilih pemula. Kelima, berbagi (Sharing) informasi, adanya tindakan berbagi informasi politik yang didapatkan melalui sosial kepada orang lain oleh pemilih pemula merupakan bentuk capaian keberhasilan dari kualitas dan keunikan pesan politik yang disampaikan melalui media sosial. Sehingga dengan terpenuhinya lima aspek AISAS dalam konteks kualitas dan keunikan informasi politik yang dibuat dan disampaikan oleh kontestan politik melalui media sosial diharapkan mampu meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula. Akhir sekali, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi tahun politik 2024, maka kontestan politik mesti mempertimbangkan kualitas dan keunikan pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media sosial bagi memenangi rasa simpati politik bagi pemilih pemula, sehingga pada gilirannya mampu menggiring partisipasi politik para pemilih pemula sesuai dengan yang ditargetkan oleh kontestan politik.***

Penulis : Dr Dafrizal Samsudin: Peneliti & Dosen Komunikasi, Universitas Islam Riau

Editor : Jef Syahrul

Kategori : Serantau

Untuk saran dan pemberian informasi kepada CAKAPLAH.com, silakan kontak ke email:
redaksi@cakaplah.com