



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 5101-5109

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Transformasi Media Sosial Dalam Kompetensi Komunikasi Politik

Najuwa Prischa Alen<sup>1✉</sup>

Fakultas Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

Email: [najwaprischa27@gmail.com](mailto:najwaprischa27@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Media sosial memiliki peran penting dalam komunikasi politik. Kendati demikian, penggunaan media sosial saat ini belum optimal dan menyebabkan terjadinya penyajian berita yang tidak sesuai dengan fakta. Hal ini seharusnya mendorong kalangan milenial dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman politik guna memajukan kehidupan sosial. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana transformasi media sosial dalam kompetensi komunikasi politik. Metode yang digunakan dalam tinjauan ini adalah literatur review. Hasil menunjukkan bahwa transformasi media sosial dalam komunikasi politik menciptakan perubahan signifikan dalam struktur, representasi, dan interaksi, memperkuat peran media sosial sebagai kekuatan yang mengubah paradigma. Seiring pemilu 2024, transformasi media sosial akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kompetensi komunikasi politik, memengaruhi opini publik, dan membentuk narasi politik yang kuat.

Kata Kunci: *Transformasi, Media sosial, komunikasi politik.*

### Abstract

Social media plays a crucial role in political communication. However, the current use of social media is not optimal and leads to the presentation of news that is not in line with facts. This should encourage millennials and the public to enhance their political understanding to advance social life. The aim of this article is to understand how the transformation of social media affects political communication competence. The method used in this review is literature review. The results indicate that the transformation of social media in political communication creates significant changes in structure, representation, and interaction, reinforcing the role of social media as a paradigm-shifting force. With the 2024 elections approaching, the transformation of social media will be a crucial factor in improving political communication competence, influencing public opinion, and shaping a strong political narrative.

Keywords: *Transformation, Social media, Political communication*

## PENDAHULUAN

Komunikasi Politik tidak hanya berkaitan dengan interaksi yang terjadi selama pemilihan umum di Indonesia berdasarkan prinsip demokrasi. Namun juga merupakan bentuk komunikasi yang mencakup proses menyampaikan kepentingan individu atau kelompok masyarakat tertentu kepada lembaga politik terkait pelaksanaan kebijakan yang memengaruhi kepentingan umum. Salah satu aspek kepentingan umum ini adalah upaya pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada dasarnya, strategi komunikasi politik mencakup serangkaian langkah dalam melakukan komunikasi politik yang melibatkan pembuatan, penyebaran, penerimaan, dan dampak informasi politik, baik melalui interaksi manusia maupun melalui media massa. Tujuan dari komunikasi politik erat kaitannya dengan pesan politik yang disampaikan oleh komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi tersebut, tujuan komunikasi politik dapat bervariasi, termasuk penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, serta membentuk opini publik. Selain itu, komunikasi politik juga bertujuan untuk memenangkan simpati dari masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi politik, terutama saat mendekati periode pemilihan umum (Alfiyani, 2018).

Penggunaan media sosial telah menjadi salah satu cara yang paling populer dalam memanfaatkan jaringan internet, terutama di kalangan generasi Milenial dan Z. Data ini juga dicantumkan dalam laporan yang disusun oleh agensi pemasaran *We Are Social* dan platform manajemen media sosial Hootsuite, yang menunjukkan dominasi generasi Milenial (Generasi Y) dan Z dalam penggunaan media sosial di Indonesia (Stephanie & Yusuf, 2021). Mayoritas pengguna berasal dari usia 20-44 tahun, yang mana persentasenya mencapai 57% dari jumlah populasi penduduk Indonesia (BPS, 2023).

Fakta di atas menunjukkan bahwa generasi milenial dan Z mendominasi pengguna media sosial. Kondisi ini seharusnya membuka mata partai politik yang akan ikut dalam pemilu 2024 dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkampanye. Sebab penerapan metode lama dalam membangun komunikasi yang intensif dan efektif dengan pemilih yang memiliki karakter berbeda seperti generasi milenial dan Z, tentu perlu dipertimbangkan ulang. Seiring berkembangnya media massa ini menjadi pertimbangan penting terkait pemanfaatan media konvensional, mengingat kehidupan sehari-hari individu saat ini lebih banyak terhubung dengan internet yang memudahkan dalam mendapatkan informasi (Andriana, 2022).

Kendati demikian, penggunaan media sosial saat ini belum optimal dan menyebabkan terjadinya penyajian berita yang tidak sesuai dengan fakta. Hal ini seharusnya mendorong kalangan milenial dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman politik guna memajukan

kehidupan sosial. Perkembangan media sosial di Indonesia sangat pesat, dengan peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di seluruh dunia, baik mobile maupun fixed, terus meningkat. APJII juga mencatat bahwa sebanyak 75,6% pengguna internet setuju bahwa media sosial dapat digunakan untuk aktivitas berpolitik.

Untuk itu, masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan pemahaman tentang kegiatan politik. Hal ini melibatkan pemantauan dan partisipasi aktif dalam kegiatan politik, serta melihat perkembangan politik yang sedang berlangsung. Pentingnya pengembangan literasi politik menjadi krusial dalam konteks meningkatkan kualitas hidup secara demokratis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Dengan membangun literasi politik melalui pembentukan struktur dan penyelenggaraan sosialisasi serta edukasi yang memadai dalam konteks sosial politik, warga negara dapat memahami peran secara komprehensif dan menjadi warga negara yang sadar akan hak dan kewajibannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman otentik mengenai pengalaman orang-orang, sebagaimana dirasakan orang-orang yang bersangkutan (Denzin dan Lincoln, 1994:4). Penelitian kualitatif menggunakan penafsiran dengan melibatkan banyak metode tersebut untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti (Mulyana, 2007:5). Pengumpulan data dalam penelitian, hakikatnya harus dilakukan secara sistematis, sehingga dibutuhkan sejumlah instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu melakukan survei untuk mendapatkan pandangan masyarakat dan analisis konten untuk mengukur dampak pesan politik di media sosial yakni di akun Instagram @katadatacoid. Adapun dimensi yang akan ditinjau dari akun instagram tersebut sesuai dengan komunikasi politik yakni struktural, representasional, dan interaksional. Teknik yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah dengan deskriptif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Strategi dalam komunikasi merupakan usaha yang disusun untuk mengarahkan dan melaksanakan operasi komunikasi dengan tujuan mencapai target yang diinginkan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan umum yang menunjukkan arah, melainkan juga harus

memperinci taktik operasional yang akan diterapkan. Karena itu, sebelum terlibat dalam proses komunikasi, seorang komunikator perlu memiliki kemampuan untuk merancang strategi komunikasi. Komunikasi itu sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan dalam bentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada pihak lainnya, dengan tujuan untuk membawa dampak yang diharapkan, yaitu mengubah sikap atau tindakan (Meifilina, 2021).

Penelitian ini menggunakan subyek akun Instagram @katadatacoid, pemilihan akun ini dikarenakan konten yang dibagikan *up to date* berkaitan dengan pemilu 2024. Akun @katadatacoid memiliki 19.900 postingan dan *followers* 577.000. hal ini sebagaimana terlihat dari profil sebagai berikut



Gambar 1. Profil akun instagram @katadatacoid

Sumber: akun Instagram @katadatacoid



Gambar 2. Konten akun instagram @katadatacoid

Sumber: akun Instagram @katadatacoid

Gambar di atas menunjukkan bahwa akun instagram @katadatacoid memberikan konten secara *up to date*. Hal ini menyiratkan bahwa akun @katadatacoid secara konsisten menyajikan informasi yang terkini dan relevan. Konten yang selalu diperbarui menunjukkan respons yang cepat terhadap peristiwa dan perkembangan politik. Fokus utama dari akun @katadatacoid adalah membahas terkait pemilu 2024. Akun ini memberikan penekanan pada peristiwa politik yang signifikan dan mendapatkan perhatian masyarakat. Akun @katadatacoid memberikan informasi yang komprehensif mengenai berbagai pilihan politik yang akan tersedia dalam pemilihan tersebut. Melalui penyajian konten terkini dan

memfokuskan perhatian pada Pemilu 2024, akun Instagram @katadatacoid dapat membangun kepercayaan dan minat pengikutnya terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Selain itu, memberikan informasi terperinci mengenai partai politik dan calon presiden dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pilihan politik yang ada dalam proses pemilihan mendatang.

Komunikasi politik terbagi dalam lima aspek yang meliputi (1) komunikator politik, mencakup individu seperti politisi, komunikator profesional, dan aktivis yang memiliki keahlian dalam berkomunikasi politik; (2) pesan politik, terkait dengan simbol, bahasa, dan pendapat publik. Keberhasilan dalam menyampaikan pesan politik diukur berdasarkan sejauh mana pesan tersebut dapat diterima oleh masyarakat dan meningkatkan jumlah pengikut atau pendukung; (3) media yang digunakan dalam komunikasi politik, termasuk media massa seperti cetak, elektronik, dan online. Penggunaan media ini bertujuan untuk menyebarkan pesan politik kepada audiens yang beragam dan luas; (4) khalayak komunikasi politik, merujuk pada masyarakat atau audiens yang menjadi target pesan politik; dan (5) akibat yang ditimbulkan dari komunikasi dalam politik, mencakup dampak dari pesan politik terhadap khalayak, seperti pembentukan opini publik, peningkatan kredibilitas komunikator politik, dan partisipasi politik masyarakat (Susanto, 2013).

Akun Instagram @katadatacoid dapat menjadi platform untuk komunikator politik berbagi informasi dan pesan politik. Partai politik dapat memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pandangan, kebijakan, atau isu terkini kepada pengikutnya. Pesan politik dapat disampaikan melalui konten visual, caption, dan story dalam menyajikan data dan fakta terkini terkait isu-isu politik yang sedang berkembang. Akun ini dapat memanfaatkan berbagai bentuk media di Instagram, seperti IGTV untuk wawancara atau diskusi politik, Instagram Stories untuk pembaruan cepat, dan posting reguler untuk konten yang lebih mendalam. Lebih dari itu, @katadatacoid dapat berinteraksi dengan pengikutnya, menanggapi komentar, dan melibatkannya dalam diskusi politik dengan menggunakan fitur Instagram *Polls* atau *Questions* untuk mengukur pandangan dan pemahaman pengikut. Selain itu, @katadatacoid dapat memonitor respons dan interaksi pengikut terhadap pesan politik yang dibagikan. misalnya, melihat bagaimana analisis data atau laporan yang memengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat. Dengan memahami dan mengelola kelima aspek ini, komunikasi politik dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan ide, membangun dukungan, dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu politik.

Transformasi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat saat ini. Keharusan dan gaya hidup yang terus berkembang membuat manusia tak dapat menghindari untuk mengikuti tren tersebut agar dapat beradaptasi dengan perubahan zaman. Teknologi

sejatinya ada karena manusia, namun kini keduanya telah menjadi entitas yang tak terpisahkan. Kemunculan media baru, didasarkan pada penggabungan bentuk media dan inovasi yang lebih efisien, sangat membantu masyarakat. Media ini tidak hanya memenuhi kebutuhan digital dan portabel, tetapi juga memberikan banyak fungsi hiburan untuk memperkaya pengalaman hidup. Meskipun tidak semua orang dapat dengan cepat mengadopsi transformasi digital karena keterbatasan pengetahuan atau ketidakfamiliaran dengan media baru, terutama bagi generasi yang tumbuh dalam lingkungan yang berbeda, secara bertahap sebagian besar akan beradaptasi. Perubahan perilaku manusia menjadi lebih efisien karena transformasi digital memungkinkan aktivitas yang biasanya dilakukan secara konvensional dan terpisah-pisah dalam waktu dan tempat yang berbeda, dapat dilakukan dengan cepat dan efisien. Transformasi digital juga mendorong masyarakat untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan digital untuk memudahkan adaptasi (Mahesa & Irwansyah, 2022).

Berkaitan dengan transformasi digital, akun Instagram @katadatacoid dapat menyajikan informasi atau visualisasi yang mendemonstrasikan dampak transformasi digital pada masyarakat, baik melalui konten ataupun dengan statistik atau grafik yang relevan. Akun ini dapat berbagi informasi tentang inovasi media digital dan bagaimana media baru tersebut efisien dalam menyampaikan informasi politik atau tren terkini. Seiring dengan adaptasi masyarakat terhadap transformasi digital, @katadatacoid dapat memberikan pandangan yang membahas bagaimana masyarakat secara umum, dan pemilih secara khusus, beradaptasi dengan perubahan media digital dalam konteks politik. Selain itu juga membagikan artikel atau visualisasi yang menunjukkan bagaimana transformasi digital mempengaruhi cara masyarakat mengakses informasi politik atau berpartisipasi dalam diskusi politik. Sehingga @katadatacoid dapat membagikan konten atau sumber daya yang membantu meningkatkan literasi digital dalam konteks politik atau memberikan panduan mengenai sumber informasi yang dapat diakses secara digital.

Komunikasi politik memiliki peran penting dalam interaksi masyarakat, baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. Ada tiga dimensi utama dalam komunikasi politik, yaitu dimensi struktural, representasional, dan interaksional. Dimensi struktural mencakup aspek organisasi, seperti kepemilikan, kontrol, regulasi, dan pengaturan yang mempengaruhi kebebasan berkomunikasi. Dimensi representasional, media sosial memberikan platform yang lebih inklusif. Berbagai suara dan perspektif politik dapat terwakili dengan lebih baik melalui partisipasi aktif masyarakat dalam menyebarkan informasi dan membangun naratif politik. Dimensi interaksional, media sosial menciptakan ruang interaksi yang lebih dinamis antara pemimpin politik, partai, dan masyarakat (Chano & Paramita, 2019).

Konteks media baru, transformasi dalam komunikasi politik terutama terjadi pada perubahan struktur komunikasi politik itu sendiri. Perubahan ini memberikan dampak signifikan terutama pada posisi dan pengaruh aktor-aktor politik, menciptakan tingkat kesetaraan yang lebih baik dalam partisipasi dan dampak diskursif yang dihasilkannya. Akun @katadatacoid dapat menguraikan atau memberikan contoh bagaimana struktur komunikasi politik dapat mempengaruhi pemahaman dan partisipasi masyarakat melalui analisis data atau informasi terkait struktur organisasi politik. Representasi politik tidak hanya terbatas pada institusi formal, tetapi juga mencakup partisipasi individu dan kelompok yang lebih luas. Akun @katadatacoid dapat menyajikan informasi tentang bagaimana representasi politik muncul dalam media atau bagaimana citra politik terbentuk melalui analisis data atau infografik. Komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi interaktif dan responsif. Pemilih dapat memberikan umpan balik langsung, bertukar pendapat, dan berpartisipasi dalam diskusi politik secara real-time. Hal ini memperkaya interaksi antara pemimpin politik dan publik, menciptakan keterlibatan yang lebih aktif. Akun @katadatacoid dapat membagikan materi atau konten yang menyoroti interaksi antara politisi dan masyarakat di platform digital atau bagaimana interaksi ini memengaruhi persepsi publik. Media sosial menjadi kekuatan yang mengubah paradigma dalam cara pesan politik disampaikan, diwakili, dan direspons oleh masyarakat.

## SIMPULAN

Media sosial menjadi kekuatan yang mengubah paradigma dalam cara pesan politik disampaikan, diwakili, dan direspons oleh masyarakat. Adanya keselarasan strategi komunikasi politik yang efektif di Instagram, adaptasi terhadap transformasi digital, pemahaman terhadap perubahan struktural dalam komunikasi politik, dan pemanfaatan kekuatan interaktif media sosial, @katadatacoid mampu memainkan peran penting dalam membentuk dan memengaruhi opini publik terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Akun @katadatacoid dapat menjadi platform efektif bagi komunikator politik untuk menyampaikan informasi dan pesan politik kepada masyarakat. Pesan politik disampaikan melalui konten visual, caption, dan story, memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti IGTV, Instagram Stories, dan posting reguler. Selain itu, akun @katadatacoid memainkan peran penting dalam memberikan informasi dan visualisasi yang menunjukkan dampak transformasi digital pada masyarakat. Inovasi media digital dan efisiensi dalam menyampaikan informasi politik menjadi fokus dalam adaptasi terhadap perubahan media digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2022). Pengaruh Komunikasi, Keahlian Kerja, Pengetahuan Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 166–177.
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1), 57–69. <https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Andriana, N. (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51–65. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/>
- Chano, T. M., & Paramita, S. (2019). Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi terhadap Akun @karyaadalahdoa). *Koneksi*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6201>
- Denzin K. N. Lincoln S. Y. 1994. *Hand Book of Qualitative Research*. London- New Delhi: Sage Publications
- Fauzi, A., Fikri, A. W. N., Nitami, A. D., Firmansyah, A., Lestari, F. A., Widyantanta, R. Y., Rahmah, T. S. N., & Pradana, T. W. (2022). Peran Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Organisasi Di Pt. Multi Daya Bangun Mandiri (Literature Review Msdm). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 588–598. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/1091>
- Gulo, D. J., Simamora, P. R. T., & Sukatendel, R. (2021). Pola Komunikasi Politik Dalam Menampung Aspirasi Masyarakat. *Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 93–103. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/1261%0Ahttps://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/download/1261/1078>
- Herawati, Y., & Komsiah, S. (2022). Kompetensi Komunikasi Customer Service Sebagai Pendukung Kepuasan Nasabah. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 102–109.
- Idayanti, E., Ayu, I. D. A., & Saroyini, P. (2020). The Effects of Communication, Competency and Workload On Employee Performance in Hotel Puri Saron, Seminyak, Kuta, Bali. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 29–37. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Imaroh, Z., Hamzani, A. I., & Aryani, F. D. (2023). *Pertanggungjawaban Pidana Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial*. PT Nasya Expanding Management.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (Twelfth). Waveland Press.
- Mahesa, P. B. N., & Irwansyah. (2022). Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Masyarakat Jaringan (Network Society) Digital Transformation: The Role of New Media in

- the Network Society. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 843–856.
- Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pahlevi, N. A. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*. Cipta Media Nusantara.
- Rochim, A. S. F., & Rukmini, D. (2019). The Communicative Competence Components Analysis in Using English through EIR. *ELT Forum: Journal of English Language Teaching*, 8(1), 78–85. <https://doi.org/10.15294/elt.v8i1.27742>
- Santosa, E. B., Hamid, A., Ying, Y., Sepriana, E., Ina, Sari, A. R., Saptina, N., Mulia, V. L. C., & Hastomo, M. D. (2021). *Literasi Digital dan Kekuatan Media Sosial: Transformasi Sosial, Budaya, Ekonomi dan Pendidikan*. Academia Publication.
- Stephanie, C., & Yusuf, O. (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>