



The Role of Social Media in Shaping Public Perception of Politics

Ahmad Murodi^{1*}, Yudistira Ari Noor Setiyoko²
Universitas Paramadina

Corresponding Author: Ahmad Murodi ahmurodi17@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Social Media, Public Opinion, Political Content

Received : 19, October

Revised : 21, November

Accepted: 23, December

©2024 Murodi, Setiyoko: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Social media has become a major platform for shaping public opinion, especially in the political context. This phenomenon emerged along with the development of digital technology that allows for the rapid and widespread dissemination of information. Social media is used by political actors to convey messages, build narratives, and influence public views on certain issues. This study uses a qualitative method with a literature study approach to analyze the types of content that most influence public perception. The results show that visual content, personal narratives, and fact-based data have a significant influence on shaping public opinion, while sensational and provocative content often causes polarization and the spread of disinformation. Social media, although it has great potential in building healthy opinions, also requires adequate digital literacy from users to overcome these challenges.

Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Publik terhadap Politik

Ahmad Murodi^{1*}, Yudistira Ari Noor Setiyoko²

Universitas Paramadina

Corresponding Author: Ahmad Murodi ahmurodi17@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Media Sosial,
Opini Publik, Konten Politik

Received : 19, Oktober

Revised : 21, November

Accepted: 23, Desember

©2024 Murodi, Setiyoko: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Media sosial telah menjadi platform utama yang membentuk opini publik, khususnya dalam konteks politik. Fenomena ini muncul seiring dengan perkembangan teknologi digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Media sosial digunakan oleh aktor politik untuk menyampaikan pesan, membangun narasi, dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka untuk menganalisis jenis-jenis konten yang paling memengaruhi persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten visual, narasi pribadi, dan data berbasis fakta memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk opini publik, sementara konten sensasional dan provokatif sering kali menyebabkan polarisasi dan penyebaran disinformasi. Media sosial, meskipun memiliki potensi besar dalam membangun opini yang sehat, juga memerlukan literasi digital yang memadai dari pengguna untuk mengatasi tantangan tersebut.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berkomunikasi, dengan media sosial menjadi platform komunikasi utama di era modern. Kemajuan teknologi ini memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan tanpa batasan geografis, menjadikan media sosial sebagai bagian integral dalam kehidupan sehari-hari. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube telah berkembang dari sekadar alat komunikasi personal menjadi ruang publik yang dinamis, tempat berbagai isu sosial, budaya, dan politik diperbincangkan (Sutisna & SH, 2024). Fungsi media sosial sebagai penghubung individu dengan komunitas global menjadikannya platform strategis untuk menyampaikan informasi, membangun opini, dan membentuk persepsi publik terhadap isu-isu penting, termasuk politik.

Dalam konteks politik, media sosial telah menciptakan ruang baru bagi interaksi dan penyebaran informasi (Noorikhshan et al., 2023). Sebelumnya, wacana politik didominasi oleh media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Kini, media sosial memungkinkan setiap individu menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Ruang digital ini memberikan kesempatan bagi politisi, partai politik, aktivis, dan masyarakat umum untuk menyuarakan opini, memobilisasi dukungan, dan menyebarkan informasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Media sosial juga memungkinkan dialog langsung antara politisi dan masyarakat, menghadirkan kecepatan dalam penyebaran informasi yang dapat berdampak positif maupun negatif. Informasi yang akurat dapat mendorong pembentukan opini publik yang sehat, namun di sisi lain, penyebaran hoaks atau informasi yang tidak diverifikasi menjadi tantangan serius dalam menjaga kualitas wacana publik.

Media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan persepsi publik terhadap isu-isu politik. Dengan memberikan akses informasi yang lebih luas dan beragam, media sosial berperan dalam membangun pandangan masyarakat terhadap peristiwa politik. Algoritma platform ini sering kali memperkuat bias kognitif pengguna, karena konten yang ditampilkan cenderung disesuaikan dengan preferensi individu. Hal ini menciptakan fenomena ruang gema (*echo chamber*), di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka (Al Fatih et al., 2023). Dalam situasi seperti pemilu, referendum, atau isu politik yang kontroversial, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk memobilisasi massa, memengaruhi preferensi politik, dan membentuk citra politisi di mata publik. Namun, efek negatif seperti polarisasi politik dan penyebaran informasi tidak akurat menjadi ancaman nyata dalam penggunaan media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Teori komunikasi massa menjadi relevan untuk menganalisis bagaimana media memengaruhi perilaku dan opini individu maupun kelompok (Rahmawati et al., 2024). Sebagai media interaktif, media sosial berfungsi tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pembentuk relasi sosial yang memengaruhi opini publik secara kolektif. Selain itu, teori agenda setting menjelaskan bagaimana media menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam media sosial, algoritma sering memainkan peran dalam agenda setting dengan menyajikan konten yang ditampilkan kepada pengguna, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap isu-isu politik tertentu. Misalnya, dalam kampanye politik, konten yang mendominasi linimasa dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap kandidat atau kebijakan tertentu.

Spiral of Silence

Teori *spiral of silence* juga relevan dalam konteks media sosial, di mana individu sering kali enggan menyuarakan opini yang berbeda dengan pandangan mayoritas karena takut akan isolasi sosial. Media sosial menciptakan ilusi konsensus, yang mendorong individu dengan pandangan berbeda untuk diam, meskipun pandangan tersebut mungkin memiliki validitas yang signifikan (Wicaksana & Lexianingrum, 2024). Fenomena ini dapat memperkuat narasi mayoritas, bahkan jika narasi tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan masyarakat secara keseluruhan. Di sisi lain, dalam perspektif ruang publik (*public sphere*) yang dikemukakan oleh Jürgen Habermas, media sosial dapat dianggap sebagai ruang publik modern yang memungkinkan diskusi terbuka tentang isu-isu sosial dan politik. Media sosial menyediakan platform bagi berbagai suara untuk didengar, baik dari kelompok mayoritas maupun minoritas. Namun, tantangan seperti polarisasi, disinformasi, dan dominasi algoritma menjadi hambatan dalam menciptakan diskusi yang sehat dan inklusif. Media sosial telah menjadi aktor utama dalam komunikasi politik modern. Kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat, membentuk opini publik, dan menciptakan ruang diskusi menjadikannya elemen penting dalam dinamika politik kontemporer. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks, polarisasi, dan ketimpangan akses informasi menjadi isu yang perlu mendapat perhatian serius dalam kajian media sosial dan politik.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan peran media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap politik. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, jurnal ilmiah, buku, dan sumber-sumber akademik lainnya yang relevan untuk mendapatkan wawasan tentang konsep, teori, dan temuan terkait. Data yang dikumpulkan berasal dari sumber sekunder yang dianalisis

secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan pengaruh media sosial terhadap opini publik dalam konteks politik.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematik, di mana data yang telah dikumpulkan dari berbagai literatur dikategorikan berdasarkan tema utama seperti pengaruh media sosial, teori-teori komunikasi, dan fenomena sosial-politik yang relevan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyusun pemahaman holistik tentang bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang publik dan alat agenda setting yang membentuk persepsi publik. Pendekatan studi pustaka juga memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi berbagai perspektif teoretis untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif dan valid secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Pola Penggunaan Media Sosial dalam Konteks Politik

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, memainkan peran yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk politik. Dalam konteks politik, media sosial berfungsi sebagai platform yang memungkinkan berbagai aktor politik untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, menyampaikan pesan, dan membangun narasi tertentu. Pola penggunaan media sosial dalam politik mencakup berbagai aspek, mulai dari kampanye politik, penyebaran informasi, hingga mobilisasi massa (Hamidi et al., 2024). Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara maju, tetapi juga di negara berkembang, di mana akses internet yang semakin meluas mendorong penggunaan media sosial sebagai sarana utama komunikasi politik.

Salah satu pola yang paling menonjol dalam penggunaan media sosial dalam konteks politik adalah penyebaran informasi secara masif. Media sosial memungkinkan politisi, partai politik, dan institusi pemerintah untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat tanpa perantara media tradisional (Arighi et al., 2024). Platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram digunakan untuk memberikan informasi mengenai kebijakan, program kerja, atau agenda politik secara cepat dan efisien. Kecepatan ini memberikan keuntungan bagi para aktor politik untuk merespons isu-isu terkini dengan segera. Namun, pola ini juga memunculkan tantangan berupa potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks, yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu tertentu. Kampanye politik di media sosial merupakan pola lain yang sangat dominan (Agustin, 2024). Dalam pemilihan umum, misalnya, media sosial digunakan untuk mempromosikan kandidat, menyampaikan visi dan misi, serta membangun citra yang positif di mata pemilih. Strategi kampanye di media sosial sering kali melibatkan penggunaan konten visual, seperti video pendek, infografis, dan meme, yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna. Selain itu, penggunaan fitur interaktif seperti siaran langsung (*live streaming*) memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, menciptakan kesan transparansi dan keterbukaan. Kampanye di media sosial juga memungkinkan personalisasi pesan politik, di mana konten disesuaikan dengan preferensi dan karakteristik audiens tertentu berdasarkan data yang diperoleh dari algoritma platform.

Pola lain yang mencolok adalah penggunaan media sosial untuk membentuk opini publik (Faizin, 2024). Media sosial menjadi ruang diskusi di mana masyarakat dapat berbagi pandangan, menyampaikan kritik, dan memberikan dukungan terhadap isu-isu politik tertentu. Namun, dalam banyak kasus, diskusi ini cenderung terfragmentasi, menciptakan ruang gema (*echo chamber*) di mana individu hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka. Hal ini diperkuat oleh algoritma media sosial yang dirancang untuk menyajikan konten yang relevan berdasarkan preferensi pengguna, sehingga memperkuat polarisasi politik. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat identitas politik dan membangun solidaritas di antara kelompok-kelompok tertentu.

Mobilisasi massa melalui media sosial juga menjadi pola yang signifikan dalam konteks politik. Platform ini digunakan untuk mengorganisasi protes, demonstrasi, atau kampanye sosial yang mendukung atau menentang kebijakan tertentu. Contohnya adalah gerakan sosial seperti *Arab Spring*, *Black Lives Matter*, atau protes terhadap RUU tertentu di Indonesia, yang semuanya mendapat dukungan besar melalui media sosial (Rosyada et al., 2024). Pola mobilisasi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk mengubah dinamika politik dengan memberikan suara kepada kelompok-kelompok yang sebelumnya kurang terwakili dalam wacana publik. Namun, pola ini juga dapat disalahgunakan oleh kelompok tertentu untuk memicu konflik atau menyebarkan disinformasi guna menciptakan ketegangan sosial. Selain itu, pola penggunaan media sosial dalam politik juga mencakup analisis data dan strategi berbasis algoritma. Data yang dihasilkan dari aktivitas pengguna di media sosial digunakan oleh aktor politik untuk memahami preferensi, perilaku, dan kecenderungan politik masyarakat (Fahrul & others, 2024). Analisis data ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih terinformasi dalam merancang kampanye atau strategi komunikasi politik. Penggunaan algoritma untuk menargetkan audiens tertentu dengan iklan politik atau konten yang disesuaikan juga menjadi bagian dari pola ini. Strategi ini sering disebut sebagai *micro-targeting*, di mana pesan politik disampaikan kepada segmen masyarakat tertentu untuk memaksimalkan dampaknya.

Namun, di balik berbagai manfaatnya, pola penggunaan media sosial dalam politik juga menghadirkan sejumlah tantangan. Penyebaran disinformasi dan hoaks menjadi salah satu masalah utama. Informasi palsu yang tersebar di media sosial dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat, kebijakan, atau isu tertentu, bahkan mengganggu proses demokrasi itu sendiri. Tantangan lain adalah polarisasi politik yang diperburuk oleh ruang gema, di mana kelompok dengan pandangan berbeda sulit mencapai konsensus atau dialog yang konstruktif. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana untuk praktik manipulatif seperti *astroturfing*, yaitu menciptakan kesan dukungan publik yang luas terhadap isu tertentu melalui akun-akun palsu atau bot. Dalam konteks global, pola penggunaan media sosial dalam politik menunjukkan variasi yang menarik. Di negara-negara dengan tingkat kebebasan berpendapat yang tinggi, media sosial digunakan sebagai alat untuk memperkuat partisipasi politik dan meningkatkan transparansi pemerintah (Bakry et al., 2024). Di sisi lain, di negara-negara dengan

kontrol ketat terhadap media, media sosial sering kali menjadi ruang alternatif bagi masyarakat untuk menyuarakan kritik terhadap rezim yang berkuasa. Namun, di banyak kasus, media sosial juga digunakan oleh pemerintah otoriter untuk mengontrol narasi publik, menyebarkan propaganda, atau memata-matai aktivitas warga. Pola penggunaan media sosial dalam konteks politik mencerminkan transformasi besar dalam cara masyarakat dan aktor politik berkomunikasi. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga ruang untuk membentuk opini, memobilisasi dukungan, dan memengaruhi proses pengambilan keputusan politik. Namun, keberhasilan media sosial dalam mendukung proses politik yang sehat sangat bergantung pada bagaimana platform ini digunakan oleh para pemangku kepentingan. Dengan memahami pola-pola ini, masyarakat dapat lebih kritis dalam menggunakan media sosial dan memastikan bahwa platform ini digunakan untuk memperkuat demokrasi, bukan melemahkannya.

Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Opini Publik terkait Isu Politik

Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi paling signifikan dalam membentuk opini publik, khususnya dalam konteks politik. Peran media sosial dalam menciptakan persepsi, memengaruhi preferensi, dan memobilisasi massa tidak dapat diabaikan. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube telah mengubah cara masyarakat mengakses dan memproses informasi politik. Dengan kemampuan menyebarkan informasi secara cepat dan luas, media sosial memungkinkan masyarakat untuk terlibat langsung dalam diskusi politik (Noorikhshan et al., 2023). Namun, pengaruh ini tidak hanya membawa manfaat, tetapi juga tantangan yang signifikan, termasuk potensi manipulasi opini dan penyebaran disinformasi.

Salah satu pengaruh utama media sosial dalam membentuk opini publik terkait isu politik adalah kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat dan langsung. Tidak seperti media tradisional, media sosial memungkinkan politisi, partai politik, dan kelompok kepentingan untuk menyampaikan pesan mereka langsung kepada khalayak tanpa perantara (Rahmawati et al., 2024). Informasi dapat disampaikan secara real-time, memungkinkan masyarakat untuk segera mengetahui isu-isu terkini. Misalnya, pernyataan politik, keputusan kebijakan, atau reaksi terhadap peristiwa tertentu sering kali pertama kali dipublikasikan melalui media sosial. Kecepatan ini memberikan keuntungan bagi para aktor politik untuk membentuk narasi awal terkait isu tertentu, yang sering kali memiliki pengaruh besar terhadap opini publik. Selain itu, media sosial memungkinkan partisipasi aktif masyarakat dalam diskusi politik, yang sebelumnya terbatas pada media tradisional. Pengguna media sosial tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten. Mereka dapat menyampaikan pendapat, berbagi informasi, atau bahkan memulai kampanye politik. Hal ini menciptakan lingkungan yang lebih interaktif, di mana masyarakat memiliki suara yang lebih besar dalam membentuk opini kolektif. Diskusi yang terjadi di media sosial sering kali mencerminkan pandangan masyarakat terhadap isu politik tertentu, meskipun dalam banyak kasus, pandangan tersebut mungkin tidak sepenuhnya representatif.

Namun, salah satu pengaruh terbesar media sosial dalam membentuk opini publik adalah melalui algoritma platform yang mengatur konten yang dilihat oleh pengguna. Algoritma ini dirancang untuk menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi individu berdasarkan aktivitas mereka di media sosial. Akibatnya, pengguna sering kali hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka, menciptakan ruang gema (*echo chamber*) yang memperkuat bias kognitif. Dalam konteks politik, hal ini dapat memperkuat polarisasi, karena kelompok dengan pandangan berbeda semakin sulit mencapai konsensus. Misalnya, pendukung suatu partai politik mungkin hanya melihat konten yang mendukung pandangan mereka, sementara pandangan alternatif sering kali diabaikan atau tidak terlihat. Media sosial juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra politisi atau partai politik. Platform ini memungkinkan aktor politik untuk memproyeksikan citra tertentu melalui konten visual, seperti foto, video, atau siaran langsung. Dengan strategi komunikasi yang tepat, media sosial dapat digunakan untuk membangun kepercayaan publik, memperkuat citra positif, dan mengurangi dampak negatif dari kontroversi politik. Sebagai contoh, politisi dapat menggunakan media sosial untuk menunjukkan kedekatan dengan masyarakat melalui unggahan yang menggambarkan kegiatan mereka sehari-hari atau interaksi dengan komunitas lokal (Fahrul & others, 2024). Strategi ini tidak hanya membantu membangun hubungan emosional dengan pemilih, tetapi juga meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses politik.

Namun, pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik juga memiliki sisi negatif, terutama dalam hal penyebaran disinformasi dan hoaks. Informasi palsu yang tersebar di media sosial dapat dengan mudah memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu politik tertentu. Dalam banyak kasus, disinformasi ini dirancang untuk memanipulasi opini publik, menciptakan kebingungan, atau bahkan menimbulkan ketegangan sosial. Misalnya, selama masa pemilu, hoaks sering digunakan untuk menjatuhkan lawan politik atau memengaruhi preferensi pemilih (Laorensa et al., 2024). Tantangan ini semakin diperburuk oleh fakta bahwa informasi palsu sering kali lebih menarik perhatian daripada informasi yang akurat, sehingga lebih cepat menyebar di media sosial. Media sosial juga memiliki potensi untuk memperburuk polarisasi politik. Dengan adanya algoritma yang memperkuat ruang gema, masyarakat menjadi lebih terpecah berdasarkan preferensi politik mereka. Polarisasi ini tidak hanya menghambat dialog konstruktif antara kelompok dengan pandangan berbeda, tetapi juga meningkatkan risiko konflik sosial. Misalnya, di banyak negara, perdebatan politik di media sosial sering kali berujung pada serangan pribadi, ujaran kebencian, atau bahkan ancaman kekerasan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang memperburuk ketegangan sosial, alih-alih menjadi ruang untuk diskusi yang sehat.

Di sisi lain, media sosial juga memberikan kesempatan untuk memobilisasi massa dan menciptakan perubahan sosial. Kampanye politik atau gerakan sosial yang dimulai di media sosial sering kali memiliki dampak signifikan terhadap opini publik. Contohnya adalah gerakan Arab Spring, di mana media sosial digunakan untuk mengorganisasi protes dan menyebarkan pesan-pesan revolusioner. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat, memberikan suara kepada kelompok yang sebelumnya kurang terwakili, dan mendorong partisipasi politik yang lebih luas. Namun, penggunaan media sosial untuk memobilisasi massa juga memiliki risiko, terutama jika digunakan untuk tujuan yang manipulatif atau destruktif. Contohnya adalah penggunaan media sosial untuk menyebarkan propaganda politik atau mengorganisasi aksi yang bersifat merusak. Dalam kasus ini, media sosial tidak hanya membentuk opini publik, tetapi juga memengaruhi tindakan kolektif masyarakat, yang dapat berdampak negatif pada stabilitas politik dan sosial (Gaol, 2024).

Pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik terkait isu politik sangat kompleks dan multidimensional. Di satu sisi, media sosial memberikan platform yang lebih inklusif dan interaktif untuk diskusi politik, memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam proses politik. Di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa disinformasi, polarisasi, dan manipulasi opini. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memahami dinamika media sosial dan menggunakannya secara bijaksana. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi kunci untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh media sosial, memastikan bahwa platform ini digunakan untuk mendukung demokrasi, bukan melemahkannya.

Identifikasi Konten yang Paling Memengaruhi Persepsi Publik

Dalam era digital yang didominasi oleh media sosial, konten memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap berbagai isu, termasuk politik, sosial, dan ekonomi. Media sosial menyediakan ruang bagi beragam jenis konten untuk disebarluaskan secara luas dan cepat, memungkinkan berbagai aktor, mulai dari individu hingga institusi besar, untuk memengaruhi pandangan masyarakat. Jenis konten yang diunggah dan disebarluaskan di platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube sangat beragam, namun tidak semua konten memiliki pengaruh yang sama terhadap opini publik. Beberapa jenis konten tertentu lebih efektif dalam menarik perhatian dan membentuk persepsi publik.

Salah satu jenis konten yang paling efektif dalam memengaruhi persepsi publik adalah konten berbasis visual, seperti gambar dan video. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma Syakira Ayu (2024) menunjukkan bahwa konten visual lebih mudah menarik perhatian dibandingkan teks, karena manusia cenderung memproses informasi visual lebih cepat. Dalam konteks ini, video pendek, infografis, meme, dan foto dengan elemen emosional sering kali menjadi alat yang kuat untuk membangun narasi tertentu. Video yang menampilkan pidato politisi, protes, atau peristiwa dramatis dapat memengaruhi emosi audiens, membangun rasa simpati, atau bahkan menciptakan kemarahan terhadap isu tertentu. Misalnya, dalam kampanye politik, video yang memperlihatkan interaksi

langsung antara kandidat dan masyarakat sering kali digunakan untuk membangun citra positif. Selain konten visual, konten berbasis narasi pribadi juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi publik (Nuraliza et al., 2024). Cerita yang disampaikan secara personal dan emosional sering kali lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun empati. Narasi pribadi ini biasanya disampaikan melalui unggahan teks panjang, blog, atau vlog, di mana individu berbagi pengalaman mereka terkait isu tertentu. Dalam politik, narasi pribadi sering digunakan untuk membangun hubungan emosional antara pemilih dan kandidat. Sebagai contoh, seorang kandidat mungkin berbagi cerita tentang pengalaman hidup mereka yang relevan dengan isu yang mereka perjuangkan, sehingga menciptakan kesan autentisitas dan keterhubungan dengan audiens.

Konten berbasis fakta dan data juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi publik, terutama ketika disajikan dalam format yang mudah dipahami seperti infografis atau tabel. Data yang valid dan didukung oleh sumber terpercaya dapat meningkatkan kredibilitas pesan yang disampaikan, sehingga lebih meyakinkan audiens. Dalam isu-isu yang kompleks seperti kebijakan publik atau ekonomi, konten berbasis data sering kali digunakan untuk mendukung argumen atau menjelaskan dampak suatu kebijakan. Misalnya, infografis yang menunjukkan statistik pengangguran atau angka kemiskinan dapat digunakan untuk mendukung atau menentang kebijakan tertentu, tergantung pada cara data tersebut disajikan. Namun, di balik konten yang kredibel, konten sensasional dan provokatif juga memiliki pengaruh besar, meskipun sering kali bersifat negatif (Teori & Depan, 2024). Konten seperti ini dirancang untuk memicu emosi yang kuat, seperti kemarahan, ketakutan, atau kebingungan, dengan tujuan menarik perhatian audiens. Judul berita yang bombastis, klaim kontroversial, atau gambar yang mengerikan adalah beberapa contoh dari konten sensasional yang sering kali menjadi viral di media sosial. Meskipun konten ini dapat dengan cepat menarik perhatian, dampaknya sering kali adalah penyebaran disinformasi atau hoaks yang dapat memengaruhi persepsi publik secara salah. Dalam konteks politik, konten sensasional sering digunakan untuk menyerang lawan politik atau menciptakan ketegangan antara kelompok tertentu.

Konten humor dan satir juga memiliki kekuatan unik dalam memengaruhi persepsi publik. Meme, kartun, atau video satir sering kali digunakan untuk mengkritik kebijakan atau tokoh publik dengan cara yang ringan tetapi tajam. Konten humor ini memiliki daya tarik yang besar karena mampu menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan menghibur. Selain itu, humor dapat membantu mengurangi resistensi terhadap pesan tertentu, sehingga audiens lebih terbuka untuk menerima kritik atau pandangan yang berbeda. Di era media sosial, konten yang didukung oleh influencer atau tokoh terkenal juga memiliki dampak besar dalam membentuk persepsi publik (Arighi et al., 2024). Influencer, baik dari kalangan selebriti, pakar, maupun tokoh politik, memiliki pengaruh besar terhadap audiens mereka, yang sering kali mempercayai opini atau rekomendasi mereka. Konten yang disampaikan oleh influencer cenderung memiliki daya tarik yang lebih tinggi karena mereka dianggap sebagai figur yang kredibel atau relatable. Dalam konteks politik, politisi atau organisasi

sering kali bekerja sama dengan influencer untuk menyebarkan pesan mereka dan meningkatkan jangkauan audiens.

Selain itu, konten yang memanfaatkan teknologi algoritma dan personalisasi juga sangat efektif dalam memengaruhi persepsi publik. Platform media sosial seperti Facebook dan Instagram menggunakan algoritma untuk menampilkan konten yang relevan dengan preferensi pengguna. Hal ini berarti bahwa konten yang dilihat oleh pengguna sering kali sesuai dengan minat, keyakinan, atau pola perilaku mereka di platform tersebut. Akibatnya, konten yang relevan cenderung lebih berpengaruh karena audiens merasa bahwa konten tersebut secara khusus relevan dengan mereka. Dalam konteks ini, strategi micro-targeting digunakan untuk menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan audiens tertentu, meningkatkan efektivitas konten dalam membentuk opini (Hamidi et al., 2024). Namun, meskipun banyak jenis konten yang dapat memengaruhi persepsi publik, dampaknya tidak selalu positif. Penyebaran disinformasi dan hoaks melalui konten tertentu, seperti berita palsu atau klaim tanpa dasar, dapat menciptakan persepsi yang salah di kalangan masyarakat. Jenis konten ini sering kali menyebar lebih cepat dibandingkan konten yang berbasis fakta, karena sifatnya yang provokatif dan menarik perhatian. Dalam politik, disinformasi dapat digunakan untuk menyerang kandidat atau kebijakan tertentu, memengaruhi preferensi pemilih, atau bahkan menciptakan instabilitas sosial.

Di sisi lain, konten yang dirancang untuk mempromosikan diskusi dan dialog juga memiliki pengaruh positif dalam membentuk persepsi publik. Konten ini biasanya berupa artikel opini, forum diskusi, atau webinar yang bertujuan untuk memberikan informasi yang seimbang dan mempromosikan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu tertentu. Dalam politik, konten seperti ini dapat membantu masyarakat memahami kompleksitas isu, mengurangi polarisasi, dan mendorong partisipasi yang lebih aktif dalam proses demokrasi. Berbagai jenis konten memiliki kekuatan masing-masing dalam memengaruhi persepsi publik. Konten berbasis visual, narasi pribadi, data dan fakta, humor, serta yang didukung oleh influencer adalah beberapa jenis konten yang paling efektif dalam membentuk opini masyarakat. Namun, penting untuk diingat bahwa dampak dari konten tersebut bergantung pada cara penyampaiannya dan konteks di mana konten tersebut dikonsumsi. Di era media sosial yang serba cepat, literasi digital menjadi semakin penting untuk membantu masyarakat memilah informasi dan membentuk opini yang berdasarkan fakta dan analisis yang objektif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang berbagai jenis konten, masyarakat dapat menjadi konsumen informasi yang lebih kritis dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Media sosial telah menjadi aktor penting dalam membentuk opini publik, khususnya dalam konteks politik. Pengaruhnya meluas mulai dari penyebaran informasi, mobilisasi massa, hingga pembentukan citra politisi atau isu tertentu. Dalam proses ini, berbagai jenis konten, seperti konten visual, narasi pribadi, data berbasis fakta, dan humor, memiliki kemampuan yang unik untuk menarik perhatian, membangun emosi, dan memengaruhi pandangan masyarakat. Namun, di sisi lain, tantangan seperti penyebaran disinformasi, polarisasi politik, dan manipulasi algoritma juga menjadi ancaman yang serius.

Konten berbasis visual, seperti video dan infografis, terbukti efektif dalam menarik perhatian dan memengaruhi opini publik karena sifatnya yang mudah dipahami dan emosional. Selain itu, narasi pribadi memberikan dimensi emosional yang dapat membangun empati dan keterhubungan dengan audiens. Namun, konten sensasional, meskipun sangat menarik perhatian, sering kali membawa dampak negatif, seperti memperburuk polarisasi dan menyebarkan informasi palsu. Dampak media sosial yang luas dan mendalam ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga ruang strategis bagi aktor politik dan sosial dalam membangun narasi publik. Namun, pengaruh positif media sosial hanya dapat dioptimalkan jika pengguna memiliki literasi digital yang memadai untuk memilah informasi yang valid dan kredibel.

1. Penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi digital yang baik agar mampu membedakan informasi yang valid dari disinformasi atau hoaks. Program literasi digital, baik melalui pendidikan formal maupun kampanye publik, dapat membantu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menyaring informasi di media sosial.
2. Platform media sosial perlu meningkatkan transparansi dalam penggunaan algoritma yang menentukan konten yang dilihat oleh pengguna. Hal ini penting untuk mencegah ruang gema (*echo chamber*) yang memperburuk polarisasi politik dan untuk memastikan bahwa informasi yang relevan dan berimbang dapat diakses oleh pengguna.
3. Pemerintah dan platform media sosial perlu bekerja sama dalam mengatur dan mengawasi penyebaran konten di media sosial. Kebijakan yang tegas terhadap penyebaran hoaks dan konten provokatif perlu diterapkan untuk menjaga kualitas diskusi publik dan mencegah manipulasi opini publik.
4. Aktor politik yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi perlu bertanggung jawab atas informasi yang mereka sebar. Penggunaan data yang valid dan narasi yang jujur akan membantu menciptakan kepercayaan publik dan meningkatkan kualitas demokrasi.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dinamika pengaruh media sosial dalam konteks yang lebih spesifik, seperti isu lokal, kelompok rentan, atau dalam situasi politik tertentu. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, strategi yang lebih efektif dapat dirancang untuk memanfaatkan media sosial secara positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan jurnal ini. Secara khusus, kami menyampaikan penghargaan kepada Magister Ilmu Komunikasi atas dukungan fasilitas penelitian dan akses sumber daya yang diberikan. Kami juga berterima kasih kepada seluruh dosen atas bimbingan, saran, dan masukan yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada keluarga, sahabat dan teman atas dorongan dan dukungan moral yang terus-menerus. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi inspirasi bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. (2024). Peran Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Politik melalui Media Sosial di Kalangan Pemilih Pemula. *Circle Archive*, 1(6).
- Al Fatih, I. Z., Putera, R. A., & Umar, Z. H. (2023). Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, 7(1), 6.
- Arighi, M. F., Yasar, M. M. B., Falah, S. N., Ramdhan, R. M., & Septiadi, A. (2024). Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5), 981-995.
- Ayu, R. S., Dewi, A., Febrina, N., Pradita, R. D., Priageng, S. P., & Aji, M. P. (2024). ANALISIS STRATEGI PDIP PADA MEDIA SOSIAL UNTUK KAMPANYE PEMILU. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(6), 41-50.
- Bakry, K., Milia, J., Santoso, R. Y., Asra, S., Hajuan, M. A., Maiwan, M., Sumardi, S., Retta, L. M., Mursyidin, M., Rahim, E., & others. (2024). *Sistem Politik Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fahrul, R. F., & others. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI POLITIK PADA PEMILIH PEMULA PADA GENERASI Z (Studi survei di FKIP Unpas Angkatan 2020)*. FKIP UNPAS.
- Faizin, M. N. (2024). *MEDIA BARU SEBAGAI TRANSFORMASI DALAM BIDANG SOSIAL, POLITIK, DAN EKONOMI*.
- Gaol, V. J. L. (2024). Perkembangan Media Massa dan Dampaknya terhadap Perubahan Sosial di Masyarakat Perkotaan. *Circle Archive*, 1(6).
- Hamidi, F., Putri, V. K., Burhanuddin, A., & Fitriani, A. (2024). DINAMIKA TANTANGAN POLITIK DALAM ERA DEMOKRASI INDONESIA. *Ahsani Taqwim: Jurnal Pendidikan Dan Keguruan*, 1(3), 398-412.
- Laorensa, E., Suri, E. W., & Dani, R. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK PERSEPSI PEMILIH PADA PEMILU 2024. *Masyarakat Demokrasi-Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 2(1), 1-16.

- Noorikhsan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95–109.
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(1), 245–261.
- Rahmawati, A. A., Maharani, M. B., & Al Amin, M. N. F. (2024). Peran Media Sosial Dalam Proses Pengambilan Keputusan Politik Melalui Pendekatan Problem Tree Analysis. *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 112–121.
- Rosyada, D., Mujib, A., & others. (2024). *Kontribusi literasi media, keaktifan organisasi dan kesehatan mental terhadap moderasi beragama aktivis rohis sman se-jakarta barat*.
- Sutisna, I. N., & SH, M. B. A. (2024). *Digital Marketing For Politics Pemasaran Politik Era Digital*. Penerbit Adab.
- Teori, P., & Depan, T. M. (2024). *Media, Komunikasi, dan Jurnalistik di Era Digital*.
- Wicaksana, M. A., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Pandangan Masyarakat Terhadap Tuntutan dari Anies Cak Imin dan Ganjar Mahfud di Jejaring Sosial Youtube dan Tiktok. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(3), 288–295.