

## ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN PENGETAHUAN POLITIK MASYARAKAT

Chairun Nisa Zempi<sup>1</sup>, Ana Kuswanti<sup>2</sup>, Siti Maryam<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Naskah diterima tanggal 2022-11-12, direvisi tanggal 2023-01-10, disetujui tanggal 2023-01-28

**Abstrak.** Media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat berkomunikasi, tetapi juga sebagai tempat mencari informasi, berdiskusi dan membentuk jaringan. Apalagi setiap masyarakat memiliki caranya masing-masing dalam mengolah informasi yang ada di media sosial yang akan dijadikan sebagai pengetahuan politik. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial menciptakan pengetahuan politik di masyarakat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena dengan menjabarkan mengenai peran media sosial dalam memberikan pengetahuan politik. Data didapatkan melalui sumber-sumber kepustakaan seperti buku dan jurnal ilmiah. Hasil penelitian mendapati bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam aspek *involve* atau terlibat dalam partisipasi politik, *connect* yaitu memiliki jaringan dalam partisipasi politik dan *mobilize* yaitu pemberian dukungan pada jalannya partisipasi politik. Akan tetapi penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik akan berbeda penerimaannya pada tiap individu. Terdapat 6 stratifikasi politik masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai sumber pengetahuan. Setiap level individu akan berbeda cara mereka menggunakan media sosial sebagai sumber informasi.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Pengetahuan Politik

**Abstract.** Social media is not only used as a place to communicate, but also as a place to find information, discuss and form networks. Moreover, every society has its own way of processing information on social media which will be used as political knowledge. This paper aims to analyze how social media creates political knowledge in society. The method used is descriptive qualitative to understand in depth the phenomenon by describing the role of social media in providing political knowledge. data obtained through library sources such as books and scientific journals. The results of the study found that social media has strengths in the aspects of being involved or involved in political participation, connect, namely having a network in political participation and mobilize, namely providing support in the course of political participation. However, the use of social media as a source of political information will differ in acceptance for each individual. There are 6 political stratifications of society in using social media as a source of knowledge. Each individual level will differ in the way they use social media as a source of information.

**Keywords:** Social Media, Political Knowledge

### PENDAHULUAN

Pencarian pengetahuan melalui media baru merupakan hal yang biasa bagi masyarakat modern. Media sosial berhubungan dengan pemanfaatan penggunaan yang semakin mudah. Setiap orang tanpa kesulitan dapat menggunakan media sosial untuk mencari, memperoleh dan memanfaatkan informasi yang beragam dalam koridor kebebasan berkomunikasi. Pengetahuan politik tidak hanya sebatas pengetahuan yang dimiliki diri sendiri saja. Akan tetapi pengetahuan tersebut harus dapat memunculkan pengetahuan dalam memberikan opini sehingga terciptanya diskusi publik.

Media sosial sebagai bagian dari media baru membantu seseorang untuk berkomunikasi lebih cepat. Media sosial menjadi suatu sarana yang efektif dalam memberikan edukasi mengenai pengetahuan mengenai tindakan korupsi. Jaringan masyarakat digital semakin meningkat secara signifikan sehingga memungkinkan setiap orang untuk mentransmisikan dan

mendistribusikan informasi dan pendapat dengan sangat cepat dan dalam skala besar (Talpa, 2014). Keberadaan media sosial menjadi tidak dapat terpisahkan dari cara manusia berkomunikasi. Peningkatan pengguna media sosial terus bertambah setiap tahunnya. Laporan We Are Social, mencatat jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang (We Are Social, 2022).

Media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat, sehingga membentuk pengetahuan-pengetahuan baru. Sebuah penelitian di Indiana University melakukan penelitian dengan membandingkan penggunaan media sosial dalam partisipasi politik pada lima tahun negara-negara di Asia (Indonesia, Taiwan, Cina, Thailand, dan Jepang). Hasil temuan dari penelitian tersebut menemukan bahwa Indonesia adalah negara dengan pangsa tertinggi pengguna jejaring sosial yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan berita (71,6 %). Proporsinya ini lebih tinggi daripada di Cina yang menempati peringkat kedua (68,3 %), Jepang (64,4 %), Thailand (61,2 %), dan Taiwan (55,7 %) (Ambardi et al, 2014).

Pengguna media sosial dalam keterlibatannya terkait isu-isu politik bukan semata-mata untuk menghidupkan partisipasi politik mereka, akan tetapi lebih cenderung untuk mengejar partisipasi dalam demokrasi. Walaupun demikian, terlepas dari motif apa yang diinginkan masyarakat dalam penggunaan media sosial sebagai bentuk partisipasi demokrasi, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial telah memberikan dampak pembentukan opini publik yang akan mempengaruhi pengetahuan dan pemahaman politik mengenai suatu masalah politik (Morissan, 2014). Media sosial kini tidak hanya memberikan akses pembuatan akun pada ranah pribadi. Dalam perkembangannya, dalam Media sosial kini muncul akun-akun yang dimiliki oleh organisasi baik swasta maupun pemerintah. Bagi pemerintah, Media Sosial menjadi tempat yang strategis dalam menciptakan opini publik. Sehingga saat sekarang ini pembuat kebijakan memasukkan tren Media sosial sebagai salah satu pertimbangan. Dalam sebuah studi media sosial oleh American Congressional Management Foundation pada tahun 2015, 76 persen pembuat kebijakan Amerika mengatakan bahwa media sosial memungkinkan mereka untuk memiliki interaksi yang lebih bermakna dengan konstituen mereka (Russell, 2017).

Selain pemerintah, para perusahaan media berita juga banyak menggunakan media sosial untuk menjangkau publik lebih luas. Walaupun media sosial bukan sebagai tempat untuk menampilkan keseluruhan berita, akan tetapi digunakan sebagai tempat untuk berbagi tautan link atau info singkat yang nantinya tersambung ke halaman website media online. Adanya media sosial tersebut membuat masyarakat tidak hanya bisa berkomunikasi akan tetapi juga mendapatkan informasi dan saling berdiskusi. Contohnya Twitter yang menyediakan kolom *reply* pada setiap postingan, sehingga masyarakat dapat terlibat diskusi aktif di media sosial. Lebih lanjut, tidak hanya perusahaan media, akan tetapi muncul akun-akun berita media sosial yang dibuat langsung oleh masyarakat, walaupun berita yang ditampilkan tidak dapat dipastikan kebenaran dan netralitas. Hal tersebut dikarenakan berita yang dibuat langsung oleh masyarakat sipil masih diragukan apakah mereka telah membuat berita dengan menggunakan kaidah jurnalisisme yang benar.

Namun demikian, terbentuknya pengetahuan politik masyarakat saat sekarang ini cenderung menunjukkan perubahan dibandingkan dengan generasi pendahulunya. Jika pada masa lalu pengetahuan politik didapatkan melalui media konvensional (misalnya, televisi, koran, radio), sekolah, ataupun diskusi publik. Maka dewasa ini hal tersebut menunjukkan penambahan platform yakni melalui media baru. Media sosial sebagai bagian dari media baru hadir memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan yang tidak hanya satu arah tetapi juga mampu memberikan pengetahuan kepada masyarakat lainnya. Pengetahuan politik adalah konsep yang sangat penting dalam riset komunikasi politik, tetapi bagaimana pengetahuan tersebut didapatkan dan dihasilkan masih menjadi perbincangan bagi para ahli (Hoffman, 2017).

Besarnya penggunaan media sosial sebagai alat berkomunikasi dan mendapatkan informasi politik, mendatangkan pertanyaan bagaimana peran media sosial dalam membentuk pengetahuan yang berbeda pada publik. Seberapa jauh peran dari media baru terhadap tingkat pengetahuan dan partisipasi politik masih menjadi bahan perdebatan bagi beberapa ahli. Akan tetapi beberapa hasil penelitian terdahulu (lihat Dimitrova, et al., 2014) menemukan bahwa

adanya korelasi antara pengetahuan politik dan media digital, walaupun tingkatannya tersebut beragam. Tulisan ini akan fokus kepada analisis media sosial dalam membentuk pengetahuan politik terhadap pengguna media sosial.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Metode kualitatif berguna mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang akan diteliti (Gunawan, 2022). Terdapat tiga langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu, pertama pengidentifikasian masalah. Kedua, pembatasan fokus penelitian, hal ini bertujuan untuk menentukan lingkup kecil masalah yang akan diteliti dan menentukan metode apa yang digunakan dalam kegiatan penelitian. Ketiga, deskripsi atau penjabaran hasil penelitian Data penelitian bersumber dari pengkajian literatur melalui sumber- sumber tertulis baik berupa buku, maupun jurnal-jurnal ilmiah. Dalam menjabarkan hasil penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, berkaitan dengan fenomena dengan menjabarkan mengenai peran media sosial dalam pembentukan pengetahuan politik.

### HASIL PENELITIAN

#### Pengetahuan Politik dalam Media Sosial

Pengetahuan politik merupakan merupakan konsep sentral dalam studi opini publik dan perilaku politik. Konsep dasar dari pengetahuan politik berangkat dari fungsi utama media berita dalam menginformasikan situasi politik terhadap warganya. Hal tersebut memunculkan pertanyaan terkait bagaimana media berkontribusi pada pembelajaran politik masyarakat (Holbert, dalam Dimitrova, et al., 2014). Pengetahuan politik adalah wawasan masyarakat yang berkenaan dengan macam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik, yang meliputi pengetahuan tentang tujuan negara, lembaga-lembaga negara dan lain-lain (Budianto, 2017).

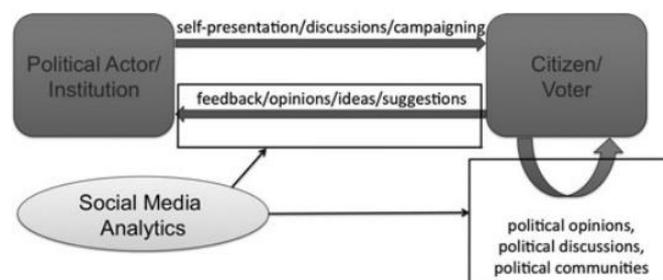
Pengetahuan politik yang baik seharusnya tidak hanya sekedar mengetahui permasalahan, akan tetapi pemahaman secara komprehensif mengenai politik negara. Menurut Jack Dennis (dalam Budianto, 2017) terdapat tiga variabel pada pengetahuan politik, yaitu; (1) pengetahuan tentang pemerintah yaitu pengetahuan mengenai sistem pemerintahan di negara, dan apa saja tatanan dan komponen dalam suatu sistem negara dasar dari kebijakan negara. (2) pengetahuan tentang aturan main politik yaitu pengetahuan akan sistem politik di Indonesia. Sistem politik di Indonesia berlandaskan sistem politik Indonesia berdasar pada ketentuan-ketentuan dalam UUD 1945, sehingga sudah sewajarnya masyarakat mengerti makna dari undang-undang dasar tersebut. (3) Pengetahuan tentang lingkungan dan masyarakat, ketika masyarakat menyampaikan aspirasi terkait masalah politik, maka salah satu aspek yang harus menjadi pertimbangan adalah lingkungan dan masyarakat. Setiap masyarakat harus mengerti dengan nilai-nilai, budaya, pemikiran lingkungan mereka. Cakupan lingkungan bisa dalam skala daerah hingga negara.

Dalam berbagai literatur terdahulu, terdapat beberapa pengertian yang berbeda mengenai apa yang dimaksud dengan pengetahuan politik. Akan tetapi definisi pengetahuan politik yang diterima secara luas diciptakan oleh Delli Carpini dan Keeter. Mereka mengkonseptualisasikan pengetahuan sebagai serangkaian informasi politik aktual yang disimpan dalam memori jangka panjang. Delli Carpini dan Keeter (1996) mengemukakan pandangan mereka sebagai berikut "*knowledge is an essential factor aiding to successful political engagement and citizens should have at least a basic understanding of the political system in which they express preferences and designate political representatives*". Berdasarkan definisi ini, Pengetahuan politik dianggap sebagai salah satu variabel yang paling berpengaruh dalam ilmu politik, memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan dengan memfasilitasi hubungan nilai-nilai politik fundamental untuk alternatif kebijakan dan kandidat (dalam Muntean, 2015)

Pengetahuan politik dapat diperoleh melalui diskusi politik dan media (Eveland Jr, Hayes, Shah & Kwak, 2016). Dahulu diskusi politik hanya berlangsung pada dunia nyata, orang-orang harus saling bertemu untuk saling berdiskusi terkait isu politik. Sehingga pengetahuan yang didapatkan melalui media dan diskusi politik menjadi hal yang terpisah. Akan tetapi kehadiran media sosial membuat diskusi politik oleh publik menjadi lebih luas. Masyarakat kini tidak perlu menghadiri diskusi politik "tradisional" yang mengharuskan peserta saling berkumpul, akan

tetapi dapat melalui media sosial. Pertemuan antara media baru dan diskusi publik memungkinkan masyarakat menghasilkan pengetahuan politik yang lebih dalam.

Media sosial sebagai sebagai salah satu saluran utama pembelajaran politik memainkan peran penting dalam memfasilitasi partisipasi politik (Batabas, et al, 2014, Dimitrova, et al., 2014, Mutean, 2015). Akan tetapi temuan dari beberapa peneliti, media sosial memiliki potensi terhadap informasi dan pengetahuan politik bersifat multifaset (Fraile, dalam Mutean, 2015). Pertama, adalah *the media malaise thesis* merupakan gagasan bahwa rendahnya kualitas informasi yang disediakan oleh media sosial mengurangi pengetahuan dan minat politik masyarakat yang akhirnya mempengaruhi partisipasi. Kedua, adalah *the virtuous circle thesis* merupakan gagasan bahwa paparan media meningkatkan pengetahuan politik dan ketiga adalah *the virtuous circle thesis* merupakan gagasan yang menunjukkan bahwa beberapa media memiliki efek positif sementara yang lain memiliki efek negatif pada pengetahuan politik. Dalam membahas media sosial dalam konteks politik, para peneliti dapat membahas dari peran media sosial dalam pembentukan partisipasi politik (seperti feedback, opini, saran, kritik) dan peran media sosial dalam membangun pengetahuan, opini, diskusi dan komunitas politik. Hal ini dijelaskan Stefan Stieglitz (2014) melalui kerangka analitik media sosial dalam konteks politik :



Sumber: Stieglitz (2014)

Gambar 1 : Komunikasi politik dan analisis media sosial

Dari gambar tersebut terlihat bahwa media sosial memberikan peran terhadap komunikasi politik masyarakat. Partisipasi dan pengetahuan politik dapat dianalisis secara terpisah dan bisa juga secara kesatuan. Pengetahuan publik (opini dan diskusi politik) dan komunitas politik masyarakat dapat menggerakkan partisipasi politik melalui media sosial.

Karena pengetahuan politik begitu sering dilihat sebagai landasan masyarakat demokratis, para ahli sering menganalisis peningkatan atau penurunan pengetahuan politik. Akan tetapi pengetahuan politik juga dapat dianalisis sebagai prediktor perilaku seperti voting, moderator dalam studi efek framing, atau mediator antara komunikasi dan perilaku politik (Hoffman, 2017). Akan tetapi permasalahan pada penelitian mengenai pengetahuan politik yang paling mendasar adalah bagaimana pengukuran dari pengetahuan politik. Tidak seperti pengetahuan umum yang dapat diukur dengan ujian, pengetahuan politik tidak dapat diukur secara langsung. Akan tetapi menurut Hoffman, variabel penting dalam pengetahuan politik adalah ukuran dan interpretasi, yang berarti bahwa ada banyak cara untuk mengukur pengetahuan politik, walaupun tidak ada pengukuran yang tetap secara universal.

Penelitian yang dilakukan Viani (2014) menghasilkan temuan bahwa partisipan menganggap internet sebagai sarana yang potensial untuk memperoleh informasi yang berguna dan berhubungan dengan pikiran orang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Coleman, Morisson, dan Svennevig, tahun 2008 yang menemukan bahwa adanya kemampuan internet dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu politik yang nantinya akan mempengaruhi keputusan politik. Terdapat tiga komponen yang mempengaruhi pemahaman dan pengetahuan politik hingga pada akhirnya terbentuk pembentukan sikap politik seseorang. Ketiga komponen ini menunjukkan adanya korelasi penggunaan media sosial terhadap peningkatan pengetahuan politik masyarakat, yaitu Intensitas penggunaan, Jenis informasi yang di dapat, dan Ketertarikan berpartisipasi politik.

Komponen Intensitas penggunaan merujuk pada lama waktu yang digunakan dalam menggunakan media sosial khususnya hubungannya pada pencarian informasi politik. Menurut

Dutta dan Bhat (2017) Intensitas penggunaan media sosial secara positif terkait dengan pengetahuan dan partisipasi politik media sosial. Akan tetapi intensitas yang dimaksud bukan berarti intensitas penggunaan media sosial secara umum, tapi intensitas penggunaan media sosial dalam ranah pengetahuan politik seperti membaca artikel politik, membuka akun-akun yang bertemakan politik seperti akun politisi ataupun akun komunitas politik. Dengan intensitas akses yang lebih lama, maka pengetahuan yang didapatkan akan lebih banyak.

Kedua adalah jenis informasi yang didapat oleh pengguna media sosial. Komponen ini sangat penting disebabkan banyaknya informasi di media sosial yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Apabila pengguna secara terus menerus terpapar informasi-informasi yang tidak berkualitas atau berita palsu maka pengetahuan yang akan didapatkan adalah pengetahuan yang salah. Banyaknya terjadi manipulasi informasi saat ini akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat. permasalahannya adalah sangat sulit untuk menentukan bahwa berita yang hadir di media sosial benar atau salah. Ini sesuai dengan perkataan Gray (dalam Fitzpatrick, 2018) mengatakan bahwa "truth is becoming more difficult to determine" sehingga tantangan besar terbaru dalam melaporkan berita adalah kebenaran.

Di Indonesia terdapat undang-undang ITE yang mengatur setiap masyarakat dalam bemedial sosial. Beberapa pasal seperti Pasal 45 ayat (3) UU ITE mengatur tentang penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Pasal 45 ayat (1) UU ITE mengatur tentang pelanggaran kesusilaan. Pasal 45A ayat (1) UU ITE tentang Menyebarkan berita bohong dan menyesatkan. Pasal 45A ayat (2) UU ITE mengenai penyebaran kebencian dan permusuhan. Akan tetapi tentunya tidak semua postingan di media sosial yang dapat diawasi oleh pemerintah, sehingga masih terbuka kemungkinan penyebaran berita yang tidak benar atau menyesatkan. Selain itu, postingan di media sosial juga dianggap sebagai opini publik, sehingga negara sulit dalam menentukan kepastian hukum yang jelas. Hal tersebut dikarenakan media sosial merupakan alat yang membantu komunikasi, sehingga konten yang dihasilkan masih diluar tanggung jawab media tersebut. Akibat tidak adanya garansi kebenaran di media sosial, maka yang harus bertanggung jawab akan informasi yang diterima adalah individu itu sendiri.

Komponen ketiga adalah ketertarikan untuk berpartisipasi dalam politik. ketertarikan terhadap politik menentukan apakah pengguna media sosial akan mendapatkan pengetahuan politik yang banyak atau sedikit. Setiap pengguna media sosial pastinya akan terpapar informasi politik baik secara sengaja maupun tidak (seperti melalui postingan teman di media sosial). Akan tetapi pengaturan apakah mereka akan mengambil informasi tersebut menjadi pengetahuan atau tidak, tergantung pada diri mereka sendiri. Apabila pengguna media sosial tidak begitu tertarik terhadap perpolitikan, maka akan ada kecenderungan untuk mengabaikan informasi yang mereka dapatkan (Susanto, 2017).

### **Stratifikasi Politik dalam Menggunakan Media Sosial Sebagai Sumber Pengetahuan**

Setiap level individu akan berbeda cara mereka menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Susanto (2017) dalam penelitiannya mengenai hubungan media sosial dan politik mendapatkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sumber politik digunakan berbeda sesuai dengan stratifikasi politik. Enam lapisan stratifikasi politik, yaitu, (1) proximate decision maker, (2) influential, (3) aktivis, (4) Attentive Public, (5) Voters, (6) kelompok Non Partisipan. Keenam lapisan ini akan memanfaatkan media sosial secara berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.

Lapisan proximate decision maker, influential dan activist memiliki dikategorikan sebagai lapisan yang memanfaatkan pengetahuan melalui media sosial untuk mempertahankan atau mendapatkan jabatan politik atau publik kecenderungan mereka sebagai pengorganisasi pesan dan membangun opini publik di media sosial. Lapisan-lapisan ini juga mempunyai kepentingan untuk memburu jabatan publik. Lapisan Attentive Public, Voters dan kelompok Non Partisipan. merupakan individu atau kelompok masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik mereka. Mereka memiliki posisi sebagai penerima informasi dan memberikan umpan balik sebagai bentuk dukungan dan penguatan opini negatif terhadap entitas politik di luar kelompoknya. Berdasarkan fokus penelitian penulisan ini mengenai pengetahuan politik publik melalui media sosial, maka penulis hanya akan memberikan jabatan

kepada lapisan non- pemerintahan dan kepentingan yaitu dari lapisan ketiga hingga ke enam (Attentive Public, Voters dan kelompok non partisipan)

Attentive Public atau publik yang penuh perhatian merupakan individu atau kelompok masyarakat yang mempunyai perhatian khusus dan kepedulian terhadap keberlangsungan politik di negaranya (Hassan, 2016). Biasanya lapisan ini memiliki ciri kritis, memiliki banyak informasi, wawasan luas, tapi cenderung tidak mau terjun langsung dalam politik. Menurut Pross's (1986) (dalam Skogstad,2005) dikategorikan sebagai sub-divisi dari komunitas kebijakan yang yang memberikan pengawasan terhadap perkembangan. Kecenderungan mereka tidak memihak pada pihak-pihak yang berkepentingan, akan tetapi lebih kepada kepentingan publik banyak. Lapisan ini menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan pengetahuan politik, penerima Informasi, sumber informasi, pengelola informasi, pengorganisasi pesan. Attentive Public lebih mampu untuk melakukan pengamatan kepada politik atau kebijakan pemerintahan dikarenakan mereka lebih mempunyai ilmu di bidang tersebut. Berbeda dengan publik umumnya, dalam mendapatkan pengetahuan politik, attentive public tidak secara mudah terpengaruh pada informasi yang diberikan di media sosial. Pada lapisan ini lebih cenderung untuk mendapatkan informasi dari sumber-sumber yang terpercaya mengenai permasalahan politik. Hal tersebut dikarenakan informasi yang didapat dalam media sosial masih belum bisa dibuktikan kebenarannya. Hasil penelitian Center for Global Civil Society Studies, informasi yang ada di media sosial cenderung kearah yang tidak benar dan menyesatkan. Bahkan pada saat ini berita hoax banyak beredar di media sosial.

Hoax adalah usaha untuk menipu pembaca dengan menghadirkan berita palsu. Tujuan dari berita hoax beragam, mulai dari sebagai bahan lelucon masyarakat, hingga keinginan untuk menjatuhkan pesaing politik (black campaign) (Rahadi, 2017). Bahaya yang ditimbulkan dari berita Hoax adalah terbentuknya pengetahuan, opini dan persepsi publik yang sesat. Oleh karena itu attentive public mengambil pengetahuan dari media sosial hanya untuk melihat bagaimana opini-opini publik yang berkembang, sehingga dapat menjadi bahan acuan untuk memberikan wawasan politik ideal atau rekomendasi kebijakan kepada pemerintah.

Voters atau pendukung merupakan kelompok pemberi suara dalam pemilihan umum. Terdapat dua tipe voters dalam konteks politik yaitu, voters yang memiliki kepentingan-kepentingan politik dan ekonomi, dan voter yang hanya sebagai masyarakat yang menggunakan hak suara. Apabila dibandingkan dengan non-voters, pengetahuan politik voters dapat dikatakan lebih tinggi (Stewart, 2008). Hal ini disebabkan karena adanya kesadaran dari voters untuk mencari informasi yang lebih mengenai kandidat politiknya. Akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah bagaimana mereka mendapatkan pengetahuan tersebut.

Menurut Kennedy Stewart tahun 2008 dalam penelitiannya yang berjudul *Testing and Improving Voters' Political Knowledge*, biasanya voters mendapatkan informasi mengenai calon kandidatnya melalui diskusi politik, website kandidat, dan media. Media sosial hadir sebagai bentuk baru bagi voter dalam mendapatkan pengetahuan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa informasi yang hadir dalam media sosial tidak dapat dipegang kebenaran dan keseimbangannya hingga mencapai berita hoax. Akan tetapi Respati 2007 (dalam Rahadi 2017) menunjukkan voter atau partisan akan cenderung untuk percaya semua bentuk jenis berita jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki, termasuk berita hoax. Media sosial tidak mempunyai filter dan kemampuan dalam memilih berita hoax atau tidak, sehingga kebenaran dan verifikasi berita hoax hanya bisa dibuktikan oleh masing-masing individu.

Media sosial juga mempunyai kecenderungan untuk menampilkan berita, video atau gambar yang paling sering diakses penggunaannya. Sehingga pengguna media sosial akan selalu mendapatkan informasi yang sama, tidak ada pengecualian apakah berita itu benar atau salah. Sebagai contoh ketika seseorang pengguna Facebook merupakan pendukung calon kandidat tertentu, dan sering mencari informasi terkait kandidat tersebut, maka kolom halaman awal dari Facebook secara otomatis hanya menampilkan informasi yang terkait calon kandidat politik mereka. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan politik yang akan mereka dapatkan hanya terkait dengan kandidat mereka sukai. Dan hal ini tentu berbahaya ketika berita benar dan berita bohong bercampur menjadi satu akan menghasilkan pengetahuan politik yang menyesatkan.

Lapisan terakhir adalah kelompok non partisipan, kelompok ini dicirikan tidak ada ketertarikan sama sekali untuk berpartisipasi dalam politik, baik karena kemauan sendiri, atau diasingkan oleh penguasa. Biasanya lapisan ini cenderung untuk bersikap skeptis, apatis, tidak peduli terhadap informasi politik. Kecenderungan penggunaan media sosial hanya untuk penerima informasi setelah itu pengabaian akan informasi yang telah diterima. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, walaupun media sosial memiliki pengaruh pada pengetahuan politik, akan tetapi apabila masyarakat tidak begitu tertarik terhadap masalah politik, maka hal tersebut menjadi tidak berguna. Pengetahuan politik melalui media sosial hanya dapat diukur apabila individu secara aktif menggunakan media sosial dalam mencari informasi politik.

Dasar dari pengetahuan politik adalah jenis-jenis kesimpulan yang dibuat masyarakat tentang politik melalui berbagai macam cara dan sumber. Masyarakat modern kini banyak mengambil pengetahuan politik melalui media sosial. Ini dibuktikan melalui penelitian Hamideh Molaei (2016) yang berjudul *Examining Indonesians' Political Knowledge on Facebook*. Hasil dari penelitian ini memberikan bukti bahwa sebanyak 70% responden pengguna facebook di Indonesia mendapatkan informasi politik melalui diskusi-diskusi yang terjadi forum facebook. Secara khusus, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mereka merespon positif akan pengetahuan yang mereka dapatkan. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya dengan apa yang mereka dapatkan melalui media sosial.

Fakta ini juga diperparah ketika informasi di media sosial lebih dipercayai oleh masyarakat dibandingkan informasi yang diberikan oleh pemerintah langsung. Contohnya kasusnya adalah permasalahan jumlah tenaga kerja asing di Indonesia. Pemerintah Indonesia telah memberikan informasi bahwa jumlah tenaga kerja asing di Indonesia sebanyak 85.000 orang. Akan tetapi banyak berita beredar di media sosial jumlahnya melebihi angka yang diberikan oleh pemerintah. Masyarakat, terkhususnya orang yang anti pemerintahan saat ini banyak yang lebih mempercayai angka yang beredar di media sosial yang belum jelas sumbernya. Penelitian dari Dimitrova, Shehata, Strömbäck<sup>2</sup> dan Nord pada tahun 2014 menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam aspek involve atau terlibat dalam partisipasi politik, connect yaitu memiliki jaringan dalam partisipasi politik dan mobilize yaitu pemberian dukungan pada jalannya partisipasi politik. akan tetapi menariknya pada penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan yang rendah dalam aspek Inform yaitu kemampuan untuk menginformasikan pengetahuan yang benar kepada publik.

## SIMPULAN

Pengetahuan politik merupakan hal yang penting untuk terjadinya partisipasi politik bermutu. Pengetahuan tentang politik dan institusi politik memiliki beberapa fungsi positif seperti mempromosikan partisipasi politik serta meningkatkan dukungan untuk nilai-nilai demokratis dan sipil. Ini juga membantu masyarakat untuk lebih memahami masalah politik. Penelitian ini menganalisis bagaimana pengetahuan itu terbentuk berdasarkan lapisan stratifikasi politik. Ditemukan bahwa setiap pengetahuan yang didapatkan, digunakan dan diolah berbeda oleh masing-masing level.

Media sosial memang secara positif dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat. Akan tetapi pengetahuan politik yang dihadirkan di media sosial bersifat multifaset, kecepatan informasi yang dihadirkan tidak berbanding lurus dengan tingkat kualitas informasi atau pengetahuan. Tidak ada definisi khusus tentang pengetahuan politik tetapi, istilah ini umumnya mengacu pada informasi yang relevan dan pemahaman tentang urusan sipil dan politik di sekitar masalah regional, nasional dan global. Akibatnya tidak ada batasan bagi pengguna media sosial untuk mengambil informasi yang akan dijadikan pengetahuan. Hal tersebut tentu sangat mengkhawatirkan dikarenakan informasi yang didapatkan di media sosial tidak semuanya dapat dipastikan kebenaran. Ketidakjelasan akan kebenaran yang ada di media sosial membuat pengetahuan seseorang tidak jelas apakah hal tersebut merupakan pengetahuan yang benar atau salah.

Penelitian ini memberikan masukan bahwa dalam mencari pengetahuan secara online, masyarakat seharusnya tidak hanya mencari di media sosial saja. Akan tetapi juga mencari kebenarannya pada media-media yang terjamin kredibilitas beritanya. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dibutuhkan penelitian yang dapat menjabarkan bagaimana kemampuan dari masyarakat dalam memilih informasi-informasi yang ada di media sosial secara benar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambardi. K., Parahita. G., Lindawati. L., Sukarno. A., Aprilla. N., (2014). Mapping Digital Media: Indonesia, A REPORT BY THE OPEN SOCIETY FOUNDATIONS : Open Society Foundations
- Batabas. J., Jerit. J., Pollock. W., Rainey. C., (2014). The Question(s) of Political Knowledge. *American Political Science Review* , Vol. 108, No. 4 : American Political Science Association
- Budianto, R., (2017). Pengaruh Pendidikan Politik Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu Tahun 2014 di Kelurahan Simpang Pasir Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 5 (1): 93-106 : UNMUL
- Dimitrova. D.V., Shehata. A., Strömbäck. J., Nord. L.W., (2014). The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data. *Communication Research*, Vol 41(1) 95– 118 :SAGE
- Coleman. S.,Morrison. D.E., Svennevig. M., (2008). New Media and Political Efficacy. *International Journal of Communication* 2 (2008), 771-791 :IJOC
- Dutta. N., Bhat. A.K., (2017). Use of Social Media for Political Engagement: A Literature Review. *Fourteenth AIMS International Conference on Management* : Researchgate
- Eveland Jr. W.P., Hayes. A., Shah. D., Kwak. N., (2006). Understanding the Relationship Between Communication and Political Knowledge: A Model Comparison Approach Using Panel Data. *Political Communication*, 22:423–446 : Routedge
- Fitzpatrick. N., (2018). Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. Vol. 4, No. 1 : .Athens journals
- Gunawan, Imam. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif; Teori dan Praktik*. Bumi Aksara : Jakarta
- Hasan. K., (2016). *Khalayak Komunikasi Politik : Fisip Unimal*
- Hoffman. L.H., (2017). *Political Knowledge : Oxford Research*
- Maiello, C., Oser, F., & Biedermann, H. (2003). Civic knowledge, civic skills and civic engagement. *European Educational Research Journal* 2(3), 384-395
- Molaei. H., (2016). Social Media and Politics: Examining Indonesians' Political Knowledge on Facebook. *journal of Cyberspace Policy Studies* Volume 1 No. 1, pp. 119-139 : JC policy
- Morissan, (2014) *Media Sosial dan Partisipasi Sosial di Kalangan Generasi Muda*. *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, 50-68 : Universitas Sains Malaysia
- Muntean. A., (2015). *The Impact of Social Media Use of Political Participation*. *Corporate Communication* : Aarhus University
- Rahadi. D.R., (2017). *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial*. Vol 5, No 1 : JMDK
- Russell. J., (2017). *Social Media in Government: Benefits, Challenges, and How it's Used*. (Online) Tersedia dalam <https://blog.hootsuite.com/social-media-government/> Diakses pada. 27 Mei 2018
- Skogstad. G., (2005). *Policy Networks and Policy Communities: Conceptual Evolution and Governing Realities*. *Canada's Contribution to Comparative Theorizing* : University of Western Ontario
- Stewart. K., (2008). *Testing and Improving Voters' Political Knowledge*. *CANADIAN PUBLIC POLICY – ANALYSE DE POLITIQUES*, VOL. XXXIV, NO. 4 : Researchgate
- Susanto. E.K., (2017). *Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik*. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 3, hlm 379-398 : jurnal aspikom
- Stieglitz. S., (2014). *Social Media and Political Communication - A Social Media Analytics Framework*, *Social media and political communication* : Researchgate
- Talpau, A. (2014). *Social Media - A New Way Of Communication*. *Eucalyptus Plantations: Research , Management And Development*, 7(2), 211–219.
- Viani. A.F., (2014). *Media Baru dan Partisipasi Politik* : Universitas Muhammadiyah Surakarta
- We Are Social. (2022). *Digital 2022 Indonesia*. Diakses dari [https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01\\_compressed.pdf](https://andi.link/wp-content/uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf)