

TERPAAN INFORMASI MEDIA SOSIAL TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN PEMILIH PEMULA PILKADA KABUPATEN JEMBER 2024

Suyono¹, Akbar Maulana²
Universitas Muhammadiyah Jember
suyono.sulaiman@unmuhjember.ac.id¹

Abstract

Social media provides space for the public, especially prospective novice voters (Gen Z) to be exposed to various information. In the political context, especially facing the implementation of the 2024 simultaneous regional elections in Jember Regency, novice voters who are exposed to information on social media, will find it easier to recognize the visions, missions, work programs, and characters of the candidate pairs (Paslon). Information that is disseminated repeatedly through social media platforms, such as TikTok, Instagram, Facebook, or X, can increase brand awareness of certain candidates and the possibility of rejecting other candidates. Therefore, the question in the formulation of the problem and the purpose of this study is related to exposure to social media information that can affect the level of trust of novice voters in the pairs of regent candidates in the 2024 Regional Elections in Jember Regency. The research method used is a qualitative descriptive approach, which is a type of writing that describes or describes objects, people, places or events in detail and detail. This study uses a purposive sampling technique by determining the source of data from novice voters (Gen Z), aged 18-22 years old and living in Jember Regency or having the right to vote and registered at the Jember KPU. The results of this study will illustrate how much the influence of social media exposure on the level of trust of novice voters in the pair of regent candidates they will vote for in the implementation of the Jember Regency Regional Elections, November 27, 2024.

Keywords: Social Media Exposure, Novice Voters, Jember Regency Election 2024

Abstrak

Media sosial memberikan ruang bagi masyarakat, khususnya calon pemilih pemula (Gen Z) untuk terpapar berbagai informasi. Pada konteks politik, khususnya menghadapi pelaksanaan Pilkada serentak 2024 di Kabupaten Jember, pemilih pemula yang terpapar informasi di media sosial, akan lebih mudah mengenali visi-misi, program kerja, dan karakter para pasangan calon (Paslon). Informasi yang disebarluaskan berulang-ulang melalui platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, Facebook, maupun X, dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap Paslon tertentu dan kemungkinan menolak Paslon yang lain. Karena itu, pertanyaan pada rumusan masalah dan tujuan pada penelitian ini, adalah terkait terpaan informasi media sosial mampu memengaruhi tingkat kepercayaan pemilih pemula terhadap para pasangan calon bupati pada Pilkada 2024 di Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah

pendekatan deskriptif kualitatif, yakni jenis penulisan yang menggambarkan atau mendeskripsikan objek, orang, tempat atau kejadian secara rinci dan detail. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan menentukan sumber data dari kalangan pemilih pemula (Gen Z), berusia 18-22 tahun dan tinggal di Kabupaten Jember atau mempunyai hak pilih dan tercatat di KPU Jember. Hasil penelitian ini akan menggambarkan seberapa besar pengaruh terpaan media sosial terhadap tingkat kepercayaan pemilih pemula terhadap pasangan calon bupati yang mereka pilih pada pelaksanaan Pilkada Kabupaten Jember, 27 November 2024 lalu.

Kata Kunci: Terpaan Media sosial, Pemilih Pemula, Pilkada Kabupaten Jember 2024

Pendahuluan (Times New Roman 12 point)

Saat ini media sosial menjadi platform dominan untuk aktifitas komunikasi dan berbagi informasi. Era media massa konvensional sudah lewat. Kemajuan bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memungkinkan seseorang mampu berkomunikasi secara cepat dan murah. Meskipun berjarak jauh, teknologi yang semakin canggih memungkinkan komunikasi menjadi efektif. Teknologi juga mampu meningkatkan interaksi dengan cepat, membantu penyaluran aspirasi dan ekspresi, dan mendorong peningkatan partisipasi dalam kehidupan sosial politik. (Nurudin, 2017).

Perkembangan pesat media sosial mampu memfasilitasi akses informasi pada siapa saja, bersumber dari mana saja dan kapan saja, setiap saat dibutuhkan. Media sosial telah memberikan manfaat besar bagi kehidupan masyarakat, terkait dengan penyediaan informasi dalam berbagai aspek, baik menyangkut pekerjaan dan aktifitas sosial lainnya. Setiap orang tentu memerlukan informasi dalam meraih tujuannya. Teknologi dan informasi memiliki peran krusial dalam proses transformasi manusia (Anang Sugeng Cahyono, 2016).

Hadirnya media sosial, memberikan pengaruh besar dalam kehidupan seseorang, baik secara individu maupun anggota masyarakat. Media sosial telah mengubah perilaku manusia dalam penggunaan teknologi. Hal ini memungkinkan manusia menemukan cara-cara baru dalam pencarian informasi, tidak hanya melalui komunikasi dua arah dan proses komunikasi simetris lainnya. Penggunaan media sosial juga memberi keleluasaan orang untuk berinteraksi lebih luas dan memperoleh berbagai informasi dengan mudah dan murah. (Suyono, 2020).

Dalam konteks politik, media sosial memainkan peran yang semakin penting sebagai saluran utama penyebaran informasi, berita dan opini politik. Media sosial tidak hanya mempermudah akses terhadap informasi politik terkini, tetapi juga memungkinkan terjadinya diskusi yang lebih terbuka dan partisipatif mengenai isu-isu politik. Karena kemampuannya yang bisa menjangkau audiens lebih besar dan lebih beragam, saat ini media sosial kerap digunakan sebagai sarana memobilisasi dukungan, mengorganisir kampanye, membentuk opini publik, bahkan tidak jarang media sosial

juga digunakan sebagai sarana menjatuhkan lawan politik. Di dunia politik, media sosial banyak dimanfaatkan sebagai sarana kampanye, berdebat, serta sarana penyebaran informasi politik bagi para calon kepala daerah. (Nisangi & Solihah, 2024).

Hampir seluruh platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, Youtube dan X (Twitter), menyajikan informasi yang melimpah dan tentunya dengan berbagai tantangan di dalamnya. Dalam hal tingkat kepercayaan dan akurasi informasi, media sosial masih butuh penelusuran lebih jauh. Karena media sosial dikendalikan oleh masing-masing individu, tanpa harus melalui saringan editor atau redaksi, semua informasi yang tersaji di media sosial, tidak bisa ditelan begitu saja, harus tetap dilakukan verifikasi data sebelum mempercayai informasi yang kita terima. Wajar kalau media sosial menjadi sarana yang subur dalam menyebarkan informasi bohong, hoaks, misinformasi dan disinformasi. Fenomena ini, merupakan infodemi, yang tentunya berpengaruh pada opini dan persepsi masyarakat terhadap isu dari seorang figur politik 2024, dengan jumlah pengguna yang mencapai 139 juta. Dilihat dari sisi usia pengguna media sosial, kelompok tertinggi didominasi kelompok usia 25-34 tahun, yakni kelompok usia produktif. Selanjutnya diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun dari Generasi Z, dan selanjutnya kelompok usia 35-44 tahun. Dari data di atas jelas menunjukkan, media sosial masih memiliki daya tarik yang luas, terutama dikalangan kelompok usia remaja, menengah hingga dewasa. (Indah Mardini Putri dan Bunga Astini, 2024).

Terkait dengan Pilkada di Kabupaten Jember 2024, data KPU Kabupaten Jember menyebutkan jumlah pemilih pada Daftar Pemilih Tetap (DPT), sebanyak 1.955.219 orang. Dari jumlah itu, untuk pemilih pemula dari kelompok Generasi Z (Gen Z) diperkirakan berjumlah 20,4 persen, yang jumlahnya diperkirakan mencapai 399.865 pemilih. Jumlah ini masih ditambah kelompok milenial yang mencakup 30,4 persen atau berjumlah sekitar 594.988 orang pemilih. (KPU Jember)

Kecenderungan pemilih pemula terutama dari Generasi Z, secara umum memiliki pandangan yang segar dan kritis tentang kriteria calon kepala daerah ideal. Umumnya, generasi ini mengutamakan pemimpin yang tidak hanya memiliki kompetensi, tetapi juga transparansi, kemampuan berinovasi, serta komitmen untuk menghadirkan perubahan positif dalam masyarakat. Karena itu minat politik Generasi Z cenderung menginginkan pemimpin yang jujur serta mendukung isu-isu seperti kesempatan kerja, pemberantasan korupsi, dan kesehatan.

Informasi terkait dengan profil calon kepala daerah, termasuk visi-misi dan program kerja yang diusungnya, akan dengan mudah diakses para Generasi Z, melalui berbagai akun media sosial. Berbagai informasi yang diunggah di media sosial, akan memengaruhi sikap dan kepercayaan pemilih pemula dalam memilih calon pemimpin yang akan bertarung dalam Pilkada di Kabupaten Jember tahun 2024.

Salah satu jenis informasi yang banyak muncul di media sosial, adalah jenis

kampanye hitam (black campaign), yaitu kampanye yang dilakukan dengan merusak reputasi seseorang ataupun reputasi pasangan calon kepala daerah, melalui propaganda negatif. Kampanye negatif (yang dilakukan dengan mengungkapkan kelemahan atau kekurangan seseorang), dalam sebuah kompetisi, masih sering dianggap wajar. Namun kampanye hitam, tetap dianggap tidak etis, karena argumen yang dilontarkan seringkali berupa fitnah, dan bukan fakta yang sebenarnya. (Suyono, 2021).

Informasi yang bersifat hoaks juga akan memengaruhi sikap Generasi Z. Para Generasi Z cenderung memilih calon kepala daerah yang berintegritas dan transparan. Kriteria lainnya, pemimpin daerah haruslah mempunyai kemampuan melek teknologi dan inovasi, punya kepedulian terhadap lingkungan, empati dan peduli pada masyarakat, disamping punya kompetensi dan berwawasan luas.

Faktor lain yang berkemungkinan memengaruhi sikap Generasi Z di Kabupaten Jember dalam memilih calon pemimpin daerah, yakni faktor budaya. Kabupaten Jember menjadi bagian dari Budaya Pandhalungan yang selama ini dikenal akomodatif dan sangat menghargai perbedaan. Dalam budaya pandhalungan, penghormatan kepada tokoh masih sangat kental. Terutama dalam mengambil keputusan, masih sering mengikuti arahan, petunjuk maupun keputusan dari seorang tokoh yang dijadikan panutan. Mereka adalah para opinion leader yakni tokoh masyarakat, kiai/ulama, dan tokoh lainnya. Meski mereka bersikap terbuka terhadap perubahan dan mudah beradaptasi. (Suyono, 2020)

Karena itu, calon pemimpin harus memiliki rekam jejak yang bersih dan terbuka. Pemilih pemula sangat menghargai calon yang jujur, tidak terlibat korupsi, dan memiliki nilai moral yang baik. Meski mereka lebih suka pemimpin yang masih berusia muda, namun yang lebih dewasa tetapi berjiwa muda, juga akan mereka terima.

Sementara rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi, bagaimana terpaan informasi media sosial memengaruhi sikap pemilih pemula, serta bagaimana tingkat kepercayaan pemilih pemula pada pasangan calon (Paslon) Bupati dalam Pilkada Kabupaten Jember 2024. Sedangkan tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mengetahui sikap pemilih pemula setelah mendapat terpaan media sosial terkait informasi pasangan calon (Paslon) Bupati Jember, serta untuk mengetahui tingkat kepercayaan pemilih pemula pada pasangan calon (Paslon) Bupati dalam Pilkada Kabupaten Jember 2024.

Kehadiran media online yang ditopang oleh perkembangan teknologi komunikasi digital dewasa ini, mampu mengubah pola komunikasi di masyarakat. Media online dan juga media sosial, tidak sekadar sebagai media hiburan. Namun peranannya kini, mampu menggantikan fungsi media mainstream, dalam menyebarkan informasi ke tengah masyarakat.

Media online yang berkembang di Indonesia, tidak bisa dilepaskan dari proses kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan juga kemerdekaan pers. Media online

memiliki karakter yang berbeda dari media massa pada umumnya, sehingga memerlukan pedoman tersendiri agar bisa berkembang secara profesional, sehingga dapat memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai ketentuan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode etik jurnalistik. Seperti media massa umumnya, media online juga harus melalui verifikasi data dan fakta di lapangan agar informasi yang diberitakan bisa tetap berimbang. Terutama pada pemberitaan yang memuat informasi yang dapat merugikan orang lain, harus diverifikasi keakuratannya untuk memenuhi prinsip dan norma jurnalistik.

Kecuali informasi yang akan diberitakan menyangkut kepentingan publik yang bersifat sangat mendesak, maka sumber berita yang pertama adalah yang jelas identitasnya, kredibel dan kompeten. Sedangkan subyek berita yang akan dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan tidak dapat dimintai keterangannya. Meski demikian, verifikasi lebih lanjut harus diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan terkait dengan hal ini, dimuat pada bagian akhir berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/2008280254_ebulletin_ETIKA_JULI_OK.pdf).

UU Pokok Pers pasal 1 ayat (1) menyebutkan bahwa media massa (Pers) merupakan lembaga sosial dan juga wahana komunikasi massa. Dengan tugas pokok melaksanakan kegiatan jurnalistik, yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, dan mengelola informasi, serta menyampaikan ke masyarakat dalam bentuk berita tertulis, suara, gambar, suara dan gambar, grafik maupun dalam bentuk lainnya. Sarannya bisa menggunakan media cetak, elektronik, dan media lainnya termasuk media online. (Paryati Sudarman. 2008).

Media online, khususnya media sosial saat ini menjadi kebutuhan hampir seluruh lapisan masyarakat, terlebih kaum muda sebagai sarana yang paling mudah, murah dan cepat serta efektif untuk menjangkau khalayak. Karenanya dalam realitas politik, kalangan politisi kerap memanfaatkan media sosial layaknya industri yang berbasis komunikasi informasi, untuk memasarkan ide, gagasan, dan pemikiran politiknya.

Tidak heran, kalau banyak pejabat publik yang memanfaatkan kehadiran media online dan juga media sosial, untuk meningkatkan branding dirinya, dalam membangun pencitraan, untuk tujuan dan kepentingan politik. Kesuksesan pejabat publik dalam meraih dukungan masyarakat, sudah banyak terbukti, baik dalam proses Pilkada, Pileg, bahkan Pilpres karena peran media online. (Suyono: 2019)

Dalam perspektif industri citra, para politisi memanfaatkan media sosial untuk memengaruhi masyarakat (calon konstituen) tetap bertahan atau bahkan mengubah suatu kekuasaan, melalui kekuatan narasi yang populer. Semakin viral narasi yang disampaikan maka citra seorang politisi akan semakin kuat, sehingga peluang untuk

berkuasa akan semakin besar.

Hubungan antara politisi dengan industri citra politik, sudah menjadi suatu keniscayaan yang tidak dapat dipungkiri. Berbagai komponen politik yang meliputi, sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi dan agregasi kepentingan, serta pembuatan aturan dan pelaksanaannya, tidak bisa dilepaskan dari industri citra.

Keberadaan industri citra sangat ditopang oleh perkembangan industri media. Terutama media massa online dan media sosial. Kekuatan media memang tidak bisa dibantah. Media mampu mengkonstruksi realitas. Mengingat media mampu dan punya kekuatan mengemas berbagai isu dan membentuk opini yang kuat dan mampu menggerakkan masyarakat sesuai dengan kepentingan politik tertentu.

Wajar kalau dewasa ini partai politik dan elit politik, berupaya untuk memiliki akses yang besar di media. Mereka kerap masuk dan mendekati media yang berpengaruh, serta memanfaatkan kalangan influencer dan buzzer, untuk menyampaikan opini dan gagasannya di berbagai platform media sosial. Tujuan akhirnya tetap menguasai opini publik masyarakat.

Opini merupakan respons yang dikonstruksi, karenanya para politisi yang akan bertarung meraih jabatan publik, saat ini harus piawai mengemas pesan politik melalui media termasuk media sosial. Adapun komponen utama dalam opini, yakni credulity atau sikap masyarakat yang percaya atau tidak, terhadap sesuatu. Dengan kemasan yang bagus, tentunya khalayak akan digiring untuk memercayai apa yang menjadi konsep dan tawaran gagasan dari kandidat. Semakin besar kepercayaan publik, kemungkinan keterpilihan tentunya semakin besar. Berikutnya, opini politik harus dibalut dengan nilai terkait isu kesejahteraan (*welfare values*) dan nilai deferensi (*deference value*). Nilai kesejahteraan, seperti janji meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Untuk nilai deferensi, ditanamkan melalui sikap empati dan peduli, respek dengan harapan rakyat, memberi perhatian lebih atas penderitaan masyarakat.

Para politisi tentu sadar, bahwa opini yang berkembang di tengah masyarakat, tidak boleh dibiarkan mengalir secara bebas. Opini harus terus di kontrol dan dikonstruksikan, melalui kerja-kerja sosial yang elegan.

Karenanya, kesadaran untuk mengemas opini publik merupakan kesadaran untuk menyelaraskan keinginan dan kerja keras, anggota timwork untuk pencapaian tipe ideal sebuah tatanan yang diharapkan oleh khalayak pemilih. Semakin luas jangkauan wilayah persebaran opini, maka semakin besar peluang seorang kandidat memenangi pertarungan citra untuk memperebutkan kekuasaan. (Dedi Kurnia Syah Putra, 2012: 42).

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipakai untuk menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis, atau ungkapan secara lisan dari informan atau perilaku yang tengah diamati. Berbagai teori menyebutkan bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang dapat menggambarkan semua data atau keadaan dari subjek atau objek penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dan dibandingkan, berdasar kenyataan yang sedang berlangsung pada penelitian tersebut dilaksanakan. Metode ini juga dapat digunakan untuk mencari dan menemukan pemecahan masalah dalam aktivitas penelitian, serta menemukan informasi mutakhir yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dan dapat diterapkan dalam berbagai bentuk permasalahan.

Objek dalam penelitian ini adalah Generasi Z (Gen Z) yang menjadi pemilih pemula pada Pilkada 2024 di Kabupaten Jember, dengan kriteria partisipan sebagai berikut:

- a. Warga Kabupaten Jember (dibuktikan KTP)
- b. Mempunyai hak pilih, serta tercatat di Daftar Pemilih Tetap (DPT) di KPU Jember
- c. Berusia 17 sampai dengan 23 tahun (kelompok Gen Z)
- d. Aktif dalam media sosial, setidaknya punya akun media sosial
- e. Baru punya hak pilih (Pemilih Pemula) dalam Pemilu dan Pilkada 2024

Pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan cara mengajukan pertanyaan melalui google form yang ditindaklanjuti dengan wawancara mendalam kepada partisipan yang dipilih, melalui teknik purposive sampling, dari kalangan Generasi Z yang menjadi pemilih pemula pada Pilkada 2024 di Kabupaten Jember.

Hingga batas akhir penarikan data, dari 11 Desember 2024 hingga 11 Maret 2025, terkumpul 64 tanggapan dari informan yang bersedia menjawab setiap pertanyaan dalam google form tersebut. Selanjutnya semua data yang masuk dianalisis peneliti selanjutnya dipilah dan dikelompokkan jawaban yang masuk sesuai daftar pertanyaan pada tujuan penelitian.

**TABEL 1: Dasar Pertimbangan Informan Dalam Memilih Paslon Pada Pilkada
Kabupaten Jember 2024**

TABEL A	TABEL B
1. Pengaruh Kampanye Partai Politik.	1. Pengaruh informasi berita media

	massa dan media <i>online</i>
2. Pengaruh Figur Tokoh Masyarakat (<i>Opinion Leader</i>)	2. Pengaruh informasi media sosial (FB, Instagram, Tik Tok, dan X)
3. Penjelasan Visi, Misi, dan Program Kerja Pasangan Calon (Paslon) dari tim sukses atau sumber lain	3. Pengaruh ruang publik lainnya (Kampanye terbuka, dialogis, event)

Sumber: Suyono, 2025

Tabel terkait dasar pertimbanganinforman menentukan pilihan dibagi dalam dua tabel. Tabel 1, menggambarkan informasi yang diterima informan secara langsung, melalui juru bicara partai politik, figur tokoh masyarakat, dan informasi visi, misi, dan program kerja pasangan calon dari tim sukses atau sumber lain. Sedangkan pada Tabel 2, menjelaskan tentang informasi yang diperoleh informan terkait pasangan calon bupati, dari media massa, media sosial, dan ruang publik lainnya, seperti kegiatan kampanye terbuka maupun dialogis.

Dari kedua table tersebut dapat dijelaskan bahwa para informan ternyata tidak hanya memperoleh informasi terkait dengan pasangan calon yang akan dipilihnya dari satu sumber saja. Mereka sebagian besar atau lebih dari 50 persen, memperoleh informasi terkait figur pasangan calon yang akan mereka pilih dari hampir semua sumber. Seluruh informasi dari berbagai sumber tersebut, selanjutnya mereka komparasikan untuk di *crosscheck* kebenarannya. Satu contoh, seluruh informan mengaku mendapat informasi terkait figur pasangan calon bupati melalui media sosial. Namun tidak serta merta informasi yang mereka terima di telan mentah-mentah. Informasi tersebut mereka komparasikan kebenarannya dengan informasi dari sumber lain, hingga mereka yakin pilihannya adalah pilihan yang tepat dan informasi yang mereka terima adalah informasi yang benar, bukan berita hoaks.

TABEL 2: Hasil penelitian yang menunjukkan jumlah Informan yang menerima informasi dari sumber di Tabel A dan B

TABEL A	TABEL B
----------------	----------------

1. 36 informan	1. 58 informan
2. 39 informan	2. 64 informan
3. 47 informan	3. 40 informan

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan sarana komunikasi politik yang paling efektif dan murah. Karena itu, hampir seluruh politisi terutama mereka yang bertarung dalam proses pemilihan dan merebut suara rakyat, mereka pasti menggunakan media sosial untuk sarana bersosialisasi di masyarakat pengguna (kalangan netizen/warganet). Mengingat pengguna media sosial sebagian besar adalah generasi muda yang juga punya hak pilih dalam Pemilu, penggunaan media sosial dalam berkampanye politik, dewasa ini semakin masif.

Terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik, terutama menjelang Pemilu Presiden (Pilpres), Pemilu Legislatif (Pileg) maupun Pemilu Kepala Daerah (Pilkada), maka media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk terpapar dengan berbagai informasi tentang paslon Pilkada secara cepat dan luas.

Dengan keterpaparan ini, publik bisa lebih mudah mengenali program, visi-misi, dan karakter calon. Informasi yang disebarkan berulang-ulang melalui platform seperti Instagram, Facebook, atau Twitter dapat meningkatkan brand awareness terhadap paslon tertentu.

Media sosial juga mampu membentuk persepsi dan opini publik terkait pasangan calon yang akan berkontestasi dalam Pilkada. Konten yang disebarkan melalui media sosial, baik positif maupun negatif, akan membentuk persepsi publik. Jika informasi yang diterima publik cenderung positif dan terverifikasi, ini dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap paslon. Sebaliknya, berita negatif atau hoaks yang menyebar dapat meruntuhkan kepercayaan masyarakat pemilih, meskipun berita tersebut belum tentu benar.

Salah satu kekuatan media sosial, diantaranya mampu menyediakan ruang untuk berinteraksi langsung. Sebab media sosial memungkinkan calon bupati/kepala daerah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Kehadiran paslon dalam menjawab pertanyaan, menanggapi kritik, dan menyampaikan aspirasi masyarakat secara langsung, dapat meningkatkan rasa kedekatan dengan pemilih. Hal ini dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik, karena calon yang responsif dan terkesan merakyat, cenderung lebih dipercaya.

Dalam penggunaan media sosial, juga ada peran dan pengaruh jaringan sosial

dan opini pemengaruh (Influencer). Banyak masyarakat yang terbentuk opininya oleh tokoh-tokoh influencer atau figur publik yang memiliki pengaruh besar di media sosial. Dukungan dari tokoh-tokoh ini, seperti selebritas atau tokoh masyarakat lokal, dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan publik terhadap paslon.

Demikian juga terhadap pasangan calon yang tidak diharapkan atau tidak disukai, maka mereka banyak diserang dengan berita hoaks dan kampanye negatif (*black campaign*). Salah satu tantangan media sosial adalah rentannya informasi terhadap hoaks dan kampanye negatif. Informasi-informasi yang bersifat fitnah, misinformasi, atau disinformasi dapat menurunkan tingkat kepercayaan publik. Oleh karena itu, kontrol informasi dan edukasi literasi digital sangat penting agar masyarakat mampu menyaring informasi dengan bijak.

Media sosial mampu memberi ruang aksesibilitas dan keterlibatan publik dalam proses politik. Mengingat media sosial memudahkan akses informasi bagi masyarakat Jember, terutama generasi muda yang cenderung aktif di platform-platform ini. Keterlibatan mereka dalam proses politik, seperti berdiskusi atau berbagi informasi tentang calon, akan memengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap paslon. Semakin aktif mereka berpartisipasi dalam proses ini, semakin besar kemungkinan mereka merasa lebih terinformasi dan percaya pada calon yang mereka pilih.

Dari semua jawaban yang masuk selanjutnya peneliti mengambil 4 informan, terdiri dari 2 orang informan laki-laki dan 2 orang informan perempuan, mewakili seluruh informan yang diambil keterangannya melalui wawancara mendalam yang disajikan dalam bentuk kutipan langsung.

Terpaan informasi media sosial apa dapat memengaruhi sikap pemilih pemula?

Terpaan media sosial sangat memengaruhi sikap Generasi Z dalam menentukan pilihan calon kepala daerah. Karena media sosial punya keterikatan yang sangat signifikan bagi Gen Z. Dari hasil penelitian menunjukkan, media sosial telah menjadi sumber pengetahuan dan rujukan sikap politik utama bagi Gen Z. Media sosial dimanfaatkan untuk mencari informasi terkait figur calon kepala daerah, memantau kampanye, dan berinteraksi dengan calon tersebut.

Beberapa faktor yang memengaruhi sikap memilih Gen Z dalam pemilihan kepala daerah, Gen Z yang memiliki pengetahuan politik yang lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam memilih calon kepala daerah. Gen Z yang memiliki literasi media yang lebih tinggi dapat lebih kritis dalam menilai informasi yang disajikan di media sosial. Gen Z yang memiliki pengaruh sosial yang lebih tinggi, seperti memiliki banyak teman atau pengikut di media sosial, cenderung lebih aktif dalam memilih calon kepala daerah. Media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam menentukan sikap memilih Gen Z. Beberapa dampak tersebut antara lain mampu meningkatkan partisipasi politik, mengingat media sosial dapat meningkatkan partisipasi politik Gen Z dengan

memfasilitasi akses ke informasi dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan calon kepala daerah.

Media sosial juga mampu membentuk opini publik, mengingat media sosial dapat membentuk opini publik Gen Z dengan menyajikan informasi yang dapat mempengaruhi pendapat mereka tentang calon kepala daerah.

“Pemilihan Umum atau Pemilu 2024 merupakan pengalaman yang pertama kalinya bagi saya untuk berpartisipasi dalam penggunaan hak pilih. Ini menjadi catatan penting bagi saya, sebab meskipun saya adalah pemilih pemula, tetapi saya dapat berpartisipasi dengan normal tanpa dibantu oleh petugas TPS,” tutur Perkasa (20) mahasiswa asal Gebang, Jember.

Perkasa mengaku referensi untuk memilih calon kepala daerah juga dipengaruhi tokoh masyarakat. Karena menurutnya, tokoh masyarakat termasuk hal yang penting dan memengaruhi opini masyarakat selama masa kampanye berlangsung, untuk memilih salah satu pasangan calon pada saat pemilihan.

“Meskipun pilihan saya dipengaruhi oleh tokoh masyarakat, namun tak dapat dipungkiri bahwa peran media sosial juga berperan besar dalam memengaruhi pikiran hingga siapa yang akan dipilih oleh sebagian besar masyarakat. Lewat media sosial yang berperan sebagai ruang publik virtual, masyarakat dapat mengakses informasi seluas-luasnya sehingga dapat mengetahui dengan jelas visi, misi masing-masing pasangan calon,” lanjut Perkasa.

Perkasa mengaku telah menggunakan hak pilihnya pada Pemilihan Kepala Daerah atau Pilkada serentak pada tanggal 27 November 2024, dengan hadir ke TPS di tempat tinggalnya, yang berada di Jalan Merak, berdekatan dengan SMP Negeri 7 Jember.

Sementara, Putri (21) warga Summersari, Jember yang mengaku masih menjadi mahasiswi perguruan tinggi swasta di Jember, menyatakan telah menggunakan hak pilihnya dengan baik saat pelaksanaan Pilkada serentak, November 2024 lalu.

“Dengan penuh kesadaran, sebagai pemilih pemula, saya merasa bertanggung jawab untuk ikut menentukan masa depan bangsa, khususnya daerah saya. Saya memilih berdasarkan visi, misi, dan program kerja calon, bukan karena pengaruh partai atau tokoh masyarakat. Bagi saya, penting untuk memilih pemimpin yang memiliki komitmen nyata terhadap perubahan,” ujarnya.

Media sosial dan media online menurutnya memang cukup memengaruhi dia dalam mengenal para calon. Namun, Putri mengaku berusaha selektif dengan informasi yang ia terima, mengingat banyaknya hoaks dan kampanye negatif yang beredar. Ruang publik di sekitarnya, seperti balai desa dan lapangan, juga menjadi tempat diskusi yang memberikan pandangan baru tentang pilihan politiknya.

“Sebagai pengalaman pertama, Pemilu 2024 meninggalkan kesan mendalam

bagi saya. Saya belajar bahwa setiap suara memiliki arti penting dalam menentukan arah kebijakan negara/ daerah. Harapan saya kedepan, semoga proses demokrasi di Indonesia semakin matang, bebas dari praktik curang, dan benar-benar mencerminkan aspirasi rakyat. Pemilu tidak hanya soal memilih, tetapi juga harapan untuk membangun masa depan bersama,” tegasnya.

Sementara Rusdi (21) warga Kaliwates, Jember, mengaku bahwa media social saat ini juga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan sikap politiknya. Misalnya, ketika menjelang Pemilu, ia sering melihat berbagai informasi, opini, dan diskusi yang muncul di platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok. Rusdi menyadari bahwa algoritma media sosial sering menunjukkan konten yang sesuai dengan preferensi yang dia pilih, tetapi juga memunculkan pandangan yang berbeda.

“Hal ini membuat saya lebih sadar untuk mencari sumber informasi yang kredibel dan menghindari terjebak dalam bias informasi. Selain itu, interaksi dengan teman atau keluarga di media sosial sering kali memperluas perspektif saya tentang isu-isu tertentu, sehingga membantu saya lebih matang dalam mengambil keputusan politik,” jelas Rusdi.

Sementara Silvi (21) mahasiswi yang memilih indekost di Sumbersari, Jember, menyatakan Pilkada 2024 merupakan pemilu pertama dirinya. Ia melihat adanya peningkatan kreatifitas kampanye terutama melalui media sosial. Para kandidat menggunakan platform media sosial untuk mencari simpati publik dan terhubung langsung dengan pemilih, terutama generasi muda.

Sebagai pemilih pemula Silvi merasa dari platform digital ini sangat menarik karena memungkinkan dia untuk mengenal lebih dekat visi dan misi calon pemimpin. Gadis yang mengaku masih berstatus mahasiswa semester 3 ini, menyatakan percaya bahwa memilih pemimpin yang tepat, harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang program kerja, visi dan misi pasangan calon.

“Alhamdulillah saya bisa menggunakan hak pilih saya, kepada pasangan calon kepala daerah yang menurut pemahaman yang saya peroleh dari hasil diskusi dan saya crosscheck di media sosial, yang bersangkutan cukup mempunyai kapasitas dan kompetensi, untuk memimpin Jember, pada lima tahun mendatang. Terlepas, yang saya pilih nanti menang Pilkada atau tidak, itu soal lain. Yang penting saya sudah ikut berikhtiar memilih calon terbaik menurut pengetahuan dan pemahaman saya. Tidak hanya ikut-ikutan tapi tidak punya pendirian,” tegas Silvi.

Terpaan informasi media sosial apa dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pemilih pemula pada pasangan calon (Paslon) Bupati dalam Pilkada Kabupaten Jember 2024?

Meski terpapar informasi media sosial, Perkasa (20) warga Gebang, Jember, mengaku semua informasi yang beredar luas di internet, tidak ditelan mentah-mentah. Menurutnya, media internet juga menjadi lahan subur untuk menyebarkan berita-berita bohong dan informasi palsu lainnya. Tidak sedikit kasus yang ia dengar dan ia baca di

media sosial merupakan berita palsu atau hoax, yang kerap membuat kesalahpahaman di tengah-tengah masyarakat.

Selain mengamati informasi di media sosial, Perkasa mengaku juga mencari informasi terkait pasangan calon kepala daerah yang akan dia pilih dengan mengamati ruang publik yang juga ia dijadikan rujukan informasi, karena pasangan calon kepala daerah juga banyak yang memanfaatkan ruang publik sebagai tempat untuk berkampanye, dan memasang alat peraga kampanye, seperti baliho atau informasi lain berisi informasi visi-misi dan program kerja para calon.

Rusdi (21) warga Kaliwates, Jember, mengaku saat memilih calon kepala daerah di TPS, ia menyadari pentingnya memilih dengan bijak dan mengetahui lebih banyak tentang calon yang akan dipilihnya. Proses ini, menurutnya bukan hanya soal mencontreng nama calon di kertas suara, tetapi lebih kepada pemahaman terhadap visi, misi, dan sepak terjang para kandidat pemimpin yang nantinya akan dipilih.

“Saya bisa melihat secara langsung bagaimana calon-calon pemimpin politik memanfaatkan platform digital untuk mendekatkan diri dengan pemilih, termasuk generasi muda seperti saya. Selain itu, Pemilu 2024 terasa menarik, karena ada banyak topik dan isu baru yang muncul, yang sangat relevan dengan masa depan negara. Saya merasa bahwa pemilu kali ini bukan hanya tentang memilih pemimpin, tetapi juga tentang memilih arah kebijakan yang akan mengubah hidup kita ke depan. Karena itu saya tidak gegabah dalam menentukan pilihan, meski banyak informasi di media sosial, saya tetap memilih berdasar pertimbangan saya dari banyak sumber,” ujarnya.

Rusdi mengaku pada Pilkada 2024 ini, ia memanfaatkan sumber informasi yang ada untuk mendapatkan data yang objektif dan terpercaya, terhadap calon kepala daerah yang akan dipilihnya. Mengingat banyaknya berita yang beredar, di masyarakat melalui media sosial. Di media sosial informasi apapun, baik positif maupun negatif tersedia. Dan semua informasi itu telah disaringnya, untuk dapat menentukan siapa calon yang paling tepat memimpin Kabupaten Jember.

“Dalam Pilkada 2024 kemarin, saya merasa bahwa keputusan saya untuk memilih sangat dipengaruhi oleh program kerja calon yang saya pilih. Sejak awal, saya sudah berusaha untuk mencari tahu lebih banyak tentang visi, misi, dan janji-janji politik yang diusung oleh pasangan calon dan partai politik. Saya sadar bahwa pemilihan pemimpin bukan hanya soal siapa yang paling populer atau siapa yang paling banyak mendapat sorotan media, tetapi lebih kepada seberapa konkret dan realistis program kerja mereka untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan rakyat,” lanjut Rusdi.

Rusdi mengaku bahwa terpaan informasi melalui media sosial, merupakan bagian dari sumber informasi, yang layak dipertimbangkan dalam memilih calon kepala daerah. Namun menurutnya, media sosial bukan sumber informasi satu-satunya. Ia mengaku terbiasa menyandingkan informasi media sosial dengan sumber informasi

lainnya, termasuk dari media online atau media massa lainnya, seperti radio dan televisi.

Silvi (21) warga Jember, mengaku sebagai generasi yang hidup sehari-hari dengan media, bahwa media sosial menurutnya sebagai alat utama yang ia gunakan untuk mendapat informasi terkait tentang politik. Media sosial menurutnya sangat berguna untuk mengenal lebih jauh tentang para kandidat karena dapat diakses dengan cepat dan mudah.

Meski demikian, Silvi menyatakan paham dengan media sosial, sehingga ia memilih informasi di media sosial dengan hati-hati. Mengingat banyak anak seusianya sebagai sesama Gen Z, terbiasa membaca berbagai informasi yang tersebar luas di media sosial, tapi dirinya mengerti bahwa tidak semua informasi dapat disebarluaskan dan dipercaya begitu saja. Maka dari itu, menurutnya perlu berhati-hati dalam memilih sumber dan fakta.

“Meskipun media sosial menawarkan banyak kemudahan, saya tidak merasa terpengaruh sepenuhnya oleh informasi di media sosial, karena menurut saya biasanya interaksi dan diskusi sering dipengaruhi oleh pendapat pribadi dan emosi yang dilontarkan di ruang publik dan juga tidak selalu didukung oleh data yang kuat, karena itu saya lebih suka mendapatkan informasi dari sosial online terutama di situs berita yang terpercaya,” ujarnya.

“Terus terang dalam memilih calon pimpinan, saya memilih kandidat yang memiliki tujuan yang jelas dan langkah-langkah yang dapat diukur untuk mencapai tujuan tersebut. Karena itu, saya percaya bahwa calon tersebut tidak hanya berbicara tentang teori atau janji politik belaka, tapi juga memiliki rencana yang jelas untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang akan dipimpinnya nanti,” lanjut Silvi.

Preferensi lain yang ia gunakan untuk memilih calon pemimpin daerah, yakni dengan menyimak acara debat kandidat. Karena acara itu, menurutnya memberi kesempatan dirinya untuk melihat secara langsung bagaimana para calon menyampaikan gagasan, menjawab semua permasalahan yang akan dihadapi, dan cara untuk mengatasi masalah tersebut. Selain itu acara debat ini juga dapat menilai bagaimana seorang calon menangani tekanan dan membuat keputusan dalam situasi yang penuh dengan pertanyaan.

Sementara, Putri (21) warga Sumbersari, Jember juga mengaku dirinya yang selalu berinteraksi melalui media sosial, sering larut dan ikut emosi setelah terpapar tayangan media sosial. Sebagai anak muda, paparan media sosial tidak jarang ikut memengaruhi sikap dan tindakannya dalam hal tertentu.

Meski demikian, Putri mengaku setiap kali memperoleh informasi negatif terkait kandidat calon kepala daerah, ia memilih menahan diri. *“Saya berusaha tidak ikut-ikutan menghujat ataupun ikut mem-forward info yang saya terima di akun media sosial saya,”* tegasnya.

Sebaliknya, Putri mengaku informasi terkait calon kepala daerah tersebut, ia jadikan bahan untuk mencari kebenaran akan informasi tersebut, melalui aplikasi cek fakta, atau merujuk ke pemberitaan di media massa atau media online yang terpercaya.

“Sedikit banyak saya sudah paham ciri-ciri berita hoaks, karena biasanya ditulis dengan judul yang bombastis, atau dengan gaya clickbait. Karena setelah dibuka dan kita baca, isinya tidak sesuai dengan judulnya. Atau isinya beritanya tidak jelas sumbernya. Makanya saya tidak langsung percaya dan ditelan mentah-mentah segala informasi yang kita dapat melalui media sosial, terutama menjelang Pilkada. Karena pasti banyak berita bahongnya,” tegas Putri.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh terpaan media sosial dalam menentukan sikap memilih calon kepala daerah bagi Gen Z sangat signifikan. Mengingat media sosial telah menjadi sumber pengetahuan politik utama bagi Gen Z, dan dapat memengaruhi sikap memilih mereka dengan menyajikan informasi yang dapat mempengaruhi pendapat mereka tentang calon kepala daerah.

Meski demikian, para Gen Z yang memiliki pengetahuan politik lebih tinggi atau mereka yang mengenyam pendidikan tinggi, cenderung lebih aktif dalam memilih calon kepala daerah melalui berbagai preferensi, dengan sumber informasi lain, selain media sosial. Melalui literasi media yang mereka miliki, Gen Z dapat lebih kritis dalam menilai informasi yang disajikan di media sosial.

Gen Z yang memiliki pengaruh sosial yang lebih tinggi, mereka yang memiliki banyak teman atau mereka yang aktif dalam berbagai kegiatan terkait kemahasiswaan atau kegiatan social kemasyarakatan lainnya, dan mereka yang mempunyai banyak pengikut di media sosial, cenderung lebih aktif dan lebih bijak dalam memilih calon kepala daerah. Mereka juga mempertimbangkan pendapat dari tokoh masyarakat (opinion leader) yang dapat dipercaya, mencermati visi-misi dan program kerja yang ditawarkan calon kepala daerah, serta mencari referensi dari luar media sosial, seperti kampanye di ruang publik, acara debat kandidat di televisi, dan preferensi lainnya untuk menentukan sikap memilih calon kepala daerah.

Karenanya, meski terpaan informasi media sosial memengaruhi sikap memilih dari kelompok Gen Z, namun tidak serta merta mereka mengikuti informasi yang disajikan media sosial. Sehingga terpaan informasi media sosial tidak serta merta memengaruhi tingkat kepercayaan pemilih pemula pada pasangan calon (Paslon) Bupati yang bertarung dalam Pilkada 2024 lalu.

Informasi terkait calon kepala daerah yang tersebar di media sosial, akan dijadikan bahan untuk mencari kebenaran akan informasi tersebut, melalui aplikasi cek fakta, atau merujuk ke pemberitaan di media massa atau media online yang terpercaya.

Hasil klarifikasi itulah yang mereka pakai sebagai rujukan untuk memilih calon kepala daerah yang akan mereka pilih sebagai pemimpin daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurudin (2017). *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers/PT. RajaGrafindo Persada.
- Nisangi, S., & Solihah, R. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Salah Satu Kekuatan Kampanye Politik Pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 8,181.
- Mardini Putri, Indah dan Bunga Astini. (2024). Pengaruh Terpaan Informasi Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Publik Pada Pemilihan Umum 2024. Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut. Vol.10 No.2*
- McQuail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. (2012). *Media dan Politik : Menemukan Relasi Antara Dimensi Simbiosis-Mutualisme Media dan Politik*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sudarman, Paryati. (2008). *Menulis di Media Massa*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Suhaeri, & Aditya, K. (2023). Polarisasi Opini Di Media Sosial Menjelang Pemilu Tahun 2024 Di Indonesia. *Jurnal Kebangsaan RI*, 1/1
- Suyono (2020). *Jurnalisme Partisipatif. Tantangan Jurnalis di Era New Media*. Jember. LPPM UM Jember.
- Suyono (2020). Peran Media Sosial Dalam Transformasi Budaya Pandhalungan. Surabaya. *Jurnal Representamen. Fisip, Universitas 17 Agustus 1945 (Untag). Vol. 6 No.2*
- Suyono (2021). Analisis Penyebaran Kampanye Hitam (Black Campaign) Pilkada Jember Melalui Media Sosial Facebook. Surabaya. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Ciputra. Vol.3, No.2*
- Sugeng Cahyono, Anang (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Tulungagung. *Publiciana. Vol. 9 No.1*
- UU No. 40/1999 tentang Pers KPU Jember
- https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/2008280254_e-Bulletin_ETIKA_JULI_OK.pdf