



Peran Media Sosial Dalam Politik Lokal: Studi Kasus Pemilihan Walikota Makassar

Nur Sahira BT Ambo Elo¹, Imawar^{2,3}, NurHikmah³, Ibrahim Arifin⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Makassar

Email: irasahira0504@gmail.com, imawar0934@gmail.com,
hikmanurhikma273@gmail.com, ridwan.said.ahmad@unm.ac.id, ibrahim@unm.ac.id

*Corresponding author: Ibrahim Arifin⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial mempengaruhi partisipasi pemilih, opini publik, dan dinamika kampanye. Sebagai hasil dari analisis konten dan survei yang dilakukan oleh pengguna media sosial, diketahui bahwa situs media sosial seperti Instagram dan Facebook berfungsi sebagai alat strategis bagi calon walikota Makassar untuk menjangkau pemilih, menciptakan citra, dan menyebarkan informasi. Studi menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya membuat orang lebih terlibat dalam proses pemilihan, tetapi juga memengaruhi pilihan politik mereka. Hasilnya menunjukkan betapa pentingnya pemanfaatan media sosial dalam konteks politik lokal dan tantangan yang dihadapi, seperti penyebaran informasi yang salah dan polarisasi pendapat.

Kata Kunci: Media Sosial, Politik, Pemilihan Kepala Daerah, Walikota, Makassar

ABSTRACT

This research aims to find out whether social media influences voter participation, public opinion and campaign dynamics. As a result of content analysis and surveys conducted by social media users, it is known that social media sites such as Instagram and Facebook function as strategic tools for Makassar mayoral candidates to reach voters, create an image and disseminate information. Studies show that social media not only makes people more involved in the electoral process, but also influences their political choices. The results show how important the use of social media is in the local political context and the challenges it faces, such as the spread of misinformation and the polarization of opinion.

Keywords: Social Media, Politics, Regional Head Election, Mayor, Makassar

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling dominan dan berpengaruh, tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam konteks politik. Khususnya dalam pemilihan lokal, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, mobilisasi pemilih, dan strategi kampanye. Studi kasus pemilihan walikota Makassar menawarkan gambaran yang menarik mengenai bagaimana platform-platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram digunakan oleh kandidat, partai politik, serta pemilih.

Makassar, sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, memiliki dinamika politik yang kompleks dan beragam. Dengan populasi yang besar dan kultur yang kaya, pemilihan walikota di kota ini tidak hanya melibatkan pertarungan antar kandidat, tetapi juga interaksi sosial yang intens di ruang digital. Dalam konteks ini, penting untuk menganalisis bagaimana media sosial memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat, serta dampaknya terhadap hasil pemilihan.

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam konteks politik lokal, dengan fokus pada pemilihan walikota Makassar. Melalui pendekatan analisis konten dan wawancara dengan pemilih serta pelaku politik, diharapkan dapat diperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana media sosial menjadi alat strategis dalam membangun citra, menyampaikan pesan, dan meraih dukungan publik. Salah satu kota terbesar di Indonesia, Makassar, memiliki kehidupan politik yang rumit dan beragam. Pemilihan walikota di kota ini, yang memiliki populasi yang besar dan budaya yang kaya, melibatkan banyak interaksi sosial di internet dan pertarungan kandidat. Dalam situasi ini, sangat penting untuk melihat bagaimana media sosial memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat dan bagaimana hal itu berdampak pada hasil pemilihan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari peran media sosial dalam konteks politik lokal, dengan penekanan khusus pada pemilihan walikota Makassar. Diharapkan akan ada pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat strategis untuk mengkomunikasikan pesan, menciptakan citra, dan mendapatkan dukungan publik melalui metode analisis konten dan wawancara dengan pemilih dan pelaku politik.

2. METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dalam penelitian merujuk pada proses mengumpulkan informasi dan fakta yang relevan dengan tujuan penelitian yang sedang dilakukan. Data ini kemudian digunakan untuk menganalisis, menjawab pertanyaan penelitian, dan menghasilkan temuan atau kesimpulan yang lebih baik. Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam metodologi penelitian dan dapat dilakukan melalui berbagai metode, tergantung pada jenis penelitian dan sifat data yang dibutuhkan.

Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan studi pustaka terhadap penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lainnya. Oleh karena itu, jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan ialah penelitian kepustakaan. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dalam melakukan penelitian yang lebih menekankan pada analisa atau penjabaran secara deskriptif. Jika dilihat dari tujuannya, penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menjelaskan secara lebih rinci untuk menjawab semua persoalan atau permasalahan yang diteliti.

Ruang lingkup ini berorientasi pada studi pustaka tentang pembangunan berkelanjutan pada bidang ekowisata di Makassar selain itu juga melakukan wawancara terhadap warga Makassar yang berdomisili asli di Makassar. Variabel penelitian meliputi pengaruh pembangunan berkelanjutan di bidang ekowisata dan peningkatan perekonomian dan daya tarik di Makassar. Penelitian difokuskan pada pembangunan berkelanjutan di bidang ekowisata dengan studi sampel yang terdiri dari beberapa warga. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan berdasarkan penelitian terdahulu, baik sumber dari internet ataupun literatur lainnya.

Metode penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis secara sistematis, mengidentifikasi pola dan hubungan yang signifikan, serta memberikan dasar bagi pengambilan keputusan berdasarkan data empiris. Dengan penelitian kepustakaan berdasarkan variabel yang ada, maka hasil yang didapatkan dapat dijdikan sebagai definisi operasional ataupun definisi universal untuk memberikan gambaran terkait deskripsi tiap variabel yang ada.

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini ialah analisis deskriptif yang ditujukan untuk menganalisis subjek penelitian dari variabel yang telah ditentukan dengan mendeskripsikannya. Data yang sudah dikumpulkan selanjutnya dilakukan analisis terkait hasil wawancara dari sumber dan mendasarkannya pada variabel yang ada. Agar data dapat dipahami dan mudah terbaca, maka data tersebut kemudian diwujudkan dalam istilah atau kalimat yang bisa memberikan gambaran yang logis dan pasti tentang pengaruh pembangunan berkelanjutan pada bidang ekowisata dalam meningkatkan perekonomian dan daya tarik di Kota Makassar

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penggunaan Media Sosial oleh Kandidat dalam Pemilihan Walikota Makassar

Media sosial merupakan sebuah platform digital yang memfasilitasi komunikasi daring dan berbagi pengalaman serta informasi pengguna. Saat ini, media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dari segala usia. Menurut Ardiansah dan Maharani (2021), media sosial merupakan sebuah platform yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain secara dua arah. Melalui aplikasi Instagram, para pelaku bisnis dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dengan mengunggah gambar yang dapat dilihat oleh pelanggan yang mengikuti akun tersebut. Mereka juga kerap memanfaatkan media sosial untuk membuat profil dan citra diri mereka sendiri.

Para kandidat yang ingin maju dalam pemilihan wali kota Makassar memiliki potensi yang signifikan untuk berinovasi karena meluasnya penggunaan teknologi internet, khususnya media sosial.

Salah satu taktik utama dalam kampanye politik untuk pemilihan wali kota Makassar adalah penggunaan media sosial. Para kandidat wali kota Makassar juga dapat menggunakan perangkat digital lainnya untuk berkampanye atau bersosialisasi. Mereka dapat membuat profil diri mereka dan inisiatif kepemimpinan mereka di blog dan internet jika mereka terpilih nanti.

Untuk menjangkau pemilih, terutama kaum muda dan masyarakat perkotaan yang sangat aktif di media sosial, para kandidat memanfaatkan Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok untuk memobilisasi dukungan publik melalui kampanye audio-visual. Media sosial menyediakan alternatif yang murah dan efisien bagi para kandidat untuk pemilihan wali kota Makassar dibandingkan media kampanye tradisional, sehingga menghilangkan kebutuhan akan iklan televisi atau pencetakan brosur yang mahal.

Media sosial berfungsi sebagai arena publik tempat para penggunanya dapat bersama-sama membentuk opini publik dalam komunikasi politik, menurut Yusrin Ahmad Tosepu (2018). Agar komunikasi politik berjalan efektif, masyarakat, media, dan pelaku politik harus ikut berpartisipasi. Salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk kampanye dan komunikasi politik adalah Facebook. Contoh informasi yang dimasukkan ke dalam Facebook sebagai media sosial untuk kampanye atau komunikasi politik antara lain data pribadi, ide, konsep, dan visi. Sumber informasi yang paling signifikan adalah opini publik.

Haryanto (2018) menyatakan bahwa terdapat empat unsur yang harus dipertimbangkan ketika mempelajari sistem komunikasi politik.

1. unsur-unsur komunikasi politik yang dimiliki oleh institusi politik
2. unsur-unsur komunikasi oleh media
3. bagaimana khalayak memandang komunikasi politik, serta
4. bagaimana masyarakat dalam memandang komunikasi yang berkaitan dengan budaya politik.

Untuk menarik pemilih baru, para calon wali kota dan wakil wali kota Makassar menggunakan berbagai konten. Konten tersebut meliputi pembuatan rekaman audio singkat, podcast, dan film yang dapat ditonton oleh masyarakat umum. Pembentukan kalimat merupakan komponen penting dari setiap ide atau kampanye politik yang berhasil. Akibatnya, bahasa perlu dimodifikasi agar sesuai dengan tujuan pasar. Konten ini mendorong kaum muda yang memenuhi syarat untuk memilih terlibat dalam politik dengan menggunakan teks yang menyampaikan tema politik yang kuat.

Generasi milenial menyadari bahwa informasi media sosial yang ditampilkan dapat digunakan untuk menghasilkan tema kampanye yang menguntungkan. Generasi milenial memperoleh perspektif baru tentang kualifikasi kandidat untuk jabatan wali kota Makassar dengan melihat profil dan prestasi mereka sebelumnya. Bagi pemilih pemula yang tidak familier dengan latar belakang dan prestasi pasangan kandidat sebelumnya, tema-tema seperti ini penting. Menurut informan, mereka sering meninggalkan komentar pada suatu hal di Facebook atau Instagram dengan cara menyukai atau membagikannya.

Media sosial telah mengubah ketersediaan dan aksesibilitas informasi tentang kandidat tertentu, menggantikan kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan mendasar dari situs web dan sumber berita. Media sosial telah berkembang menjadi platform untuk berbagi informasi, politik, dan interaksi sosial. Media sosial telah berhasil diterapkan untuk menjangkau banyak segmen masyarakat Indonesia. Platform pemasaran dan komunikasi massa ini digunakan oleh politisi untuk membentuk agenda, mengubah opini publik tentang mereka, dan bahkan memengaruhi hasil kampanye.

B. Interaksi antara Kandidat dan Pemilih

McNair (2011) mendefinisikan komunikasi politik sebagai pertukaran informasi antara publik, media, dan politisi selama proses demokrasi. Platform digital seperti media sosial, yang memungkinkan komunikasi dua arah antara politisi dan warga negara, telah menggantikan media tradisional sebagai sarana utama komunikasi politik di era digital (Castells, 2009).

Media sosial menjadi alat penting untuk mobilisasi dan kampanye politik. Dibandingkan dengan teknik kampanye konvensional, platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter memungkinkan kandidat dan kelompok politik untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih beragam dengan biaya yang relatif rendah. Komunikasi kampanye dapat dibagikan dengan mudah dan cepat di media sosial, sehingga orang dapat merespons secara langsung. Pesan yang kuat dan citra publik yang positif dapat dicapai melalui narasi dan konten grafis yang menarik. Media sosial juga memudahkan pemilih dan kandidat untuk berkomunikasi secara langsung, sehingga memperkuat ikatan dan meningkatkan partisipasi politik.

Media sosial telah berkembang dari sekadar tempat untuk berbincang-bincang secara pribadi menjadi alat kampanye utama dalam Pilkada Kota Makassar. Media sosial digunakan oleh para kandidat untuk berbagai alasan, seperti mempromosikan program kerja mereka dan meningkatkan citra diri mereka. Platform yang paling populer adalah Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Selain memperluas basis pemilih, pendekatan ini bertujuan untuk mendorong komunikasi yang responsif dan langsung antara politisi dan pemilih.

Partisipasi pemilih meningkat signifikan, sebagian besar berkat media sosial. Para pemilih dapat berpartisipasi lebih aktif dalam proses politik melalui percakapan dan debat yang berlangsung di platform ini. Kemudahan akses terhadap informasi dan kesempatan untuk terlibat langsung dengan para kandidat membangkitkan minat dan partisipasi aktif para pemilih yang sebelumnya mungkin tidak tertarik pada politik.

C. Penyebaran Informasi dan Hoaks

Penyebaran berita palsu atau hoax merupakan salah satu bentuk ujaran kebencian di media sosial. Upaya untuk menyebarkan informasi palsu atau bohong tentang sesuatu yang dikirim oleh seseorang yang tampak seperti tokoh kharismatik atau yang disajikan sebagai sumber berita yang dapat dipercaya dapat memicu kemarahan publik dan menyebabkan kerugian bagi orang lain. Kerugian yang dialami korban menjadi bukti bahwa ada orang-orang di masyarakat dengan kepribadian yang tidak peduli dengan kebutuhan kemajuan dan kemanusiaan.

Dalam beberapa tahun terakhir, sindikat kejahatan dunia maya (*ciber crimes*) merupakan kejahatan yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi atau telekomunikasi yang terkait dengan aplikasi internet, dan telah menjadi perhatian publik karena mereka menggunakan media sosial berbasis internet sebagai ladang bisnis untuk menghasilkan uang. Berita palsu adalah informasi yang menyesatkan, seperti memposting berita palsu tentang seseorang atau mengunduh video yang berisi kejadian yang dibesar-besarkan, yang menimbulkan kebencian dan kemarahan publik.

Tanpa memberikan kejelasan, hoaks disebarkan dengan memanfaatkan keresahan politik yang kerap terjadi baik di tingkat lokal maupun nasional. Aktor politik gelap memanfaatkan setiap pergolakan politik sebagai nilai jual untuk memperoleh keuntungan finansial. Ketertiban umum dapat terganggu oleh hoaks jika tidak ditangani dengan tepat.

Kandidat bisa mendapatkan umpan balik langsung dari pemilih dan mengubah taktik kampanye mereka dengan bantuan alat seperti survei, papan diskusi, dan siaran langsung. Dengan menggunakan saluran ini untuk merencanakan acara, mengumpulkan uang, dan merekrut relawan, organisasi pendukung dapat mendukung gerakan akar rumput. Meskipun demikian, ada kekurangan dalam penggunaan media sosial untuk kampanye, termasuk penyebaran informasi palsu dan pengaruh opini publik oleh bot atau akun palsu (Alkhajar, 2019). Algoritma pendukung media sosial sering kali mendorong konten sensasional, yang dapat memperburuk polarisasi politik. Akibatnya, sangat penting bagi pemilih dan kandidat untuk terus bersikap skeptis terhadap informasi yang disebarkan dan mempromosikan penggunaan media sosial dengan cara yang etis dan bertanggung jawab.

Meskipun media sosial telah muncul sebagai instrumen yang ampuh untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam proses Pilkada, media sosial juga menimbulkan masalah ketika

menjadi platform penyebaran informasi palsu atau hoax, yang dapat mempengaruhi opini publik dan merusak proses demokrasi. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk mengawasi kegiatan kampanye, mengkritisi janji politik, dan melaporkan pelanggaran kampanye secara langsung.

Penyebaran berita palsu dan hoax merupakan masalah terbesar dalam penggunaan media sosial. Strategi ini digunakan oleh politisi tertentu untuk menjelek-jelekkan lawan politiknya atau memengaruhi pemilih dengan informasi palsu. Berita palsu dan hoax yang disebar melalui media sosial tidak hanya memengaruhi opini publik tetapi juga merusak demokrasi. Hasil pemilu dapat menjadi buruk akibat pemilih membuat penilaian yang tidak didukung oleh fakta setelah terpapar informasi yang menyesatkan ini. Untuk menjaga integritas proses pemilu, otoritas terkait harus menangani masalah serius ini.

Khususnya dalam hal informasi politik, penyebaran berita palsu atau hoax akan sangat menyesatkan dan menciptakan lingkungan yang tidak menguntungkan. Dalam kehidupan demokrasi Indonesia, pemilihan umum atau pemilu biasanya merupakan peristiwa penting. Sayangnya, informasi palsu sering tersebar selama proses pemilihan. Untuk memengaruhi opini publik terhadap partai atau kandidat tertentu, tuduhan palsu dan isu-isu lainnya sering muncul di setiap tahapan pemilihan. Memicu permusuhan atau perselisihan di antara kelompok-kelompok publik juga merupakan penggunaan umum informasi palsu. Karena dapat memengaruhi pilihan masyarakat terhadap wakil rakyat dan pemimpin negara, hal ini sangat berbahaya. Stabilitas ketertiban dan keamanan publik juga dapat terancam oleh penyebaran informasi palsu. Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat Indonesia untuk memverifikasi keakuratan informasi sebelum menyebarkannya. Dengan membentuk satuan tugas khusus dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam memerangi hoax, pemerintah juga telah mengambil sejumlah langkah untuk menghentikan penyebaran informasi palsu.

Berita palsu atau hoax yang tidak berdasar seharusnya tidak menentukan keberhasilan kandidat atau partai dalam pemilu; sebaliknya, keberhasilan tersebut harus didasarkan pada program dan kinerja mereka. Diyakini bahwa masyarakat Indonesia akan dapat terlibat dalam proses pemilu secara lebih cerdas dan efektif dengan meningkatkan kualitas informasi dan literasi digital.

D. Peran Influencer Dan Tokoh Masyarakat

Influencer adalah mereka yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi orang lain. Jabatan, kekuasaan, pengetahuan, atau koneksi dengan audiens merupakan contoh kapasitas. Di dunia daring saat ini, influencer semakin banyak ditemukan. Influencer tidak lagi terbatas pada segelintir orang; kini setiap orang dapat mengakses dan mengelola materi mereka sendiri. Karena pergeseran tren media ini, influencer telah menyebar luas di seluruh dunia.

Dimulai dengan sistem undangan dan meminta individu dengan banyak pengikut di media sosial untuk berkolaborasi dengan kandidat, memiliki lebih banyak pengikut menjadi penting untuk menyebarkan informasi dan pesan dukungan untuk pasangan calon wali kota dan wakil wali kota Makassar di Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube.

Dengan memberikan pendidikan politik, influencer juga membantu mendorong pemilih muda untuk berpartisipasi dalam pemilihan wali kota dan wakil wali kota Makassar. Influencer sering memulai percakapan mengenai masalah daerah dan peraturan pemerintah. Mereka bertindak sebagai mediator dalam pemilihan wali kota Makassar mengenai masalah yang berkaitan dengan kota, termasuk infrastruktur, transportasi umum, kesehatan, dan pendidikan. Hal ini dapat membantu pemilih muda dalam membuat keputusan berdasarkan masalah yang penting bagi mereka secara pribadi.

Tenaga pendidik seperti guru dan dosen, serta tokoh masyarakat, tentu memiliki andil dalam meningkatkan partisipasi pemilih. Masyarakat dari semua lapisan masyarakat cenderung lebih mendengarkan dan menerima pendapat tokoh masyarakat. Hal ini dikarenakan dalam setiap masyarakat selalu ada orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pilihan mereka.

Mobilisasi pemilih yang memiliki pengaruh signifikan dalam organisasi masyarakat, terutama di tingkat lokal, dikenal sebagai tokoh masyarakat. Mereka dapat mengedukasi masyarakat tentang

pentingnya menggunakan hak pilih mereka dan mengajak serta memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam proses pemilihan wali kota Makassar melalui berbagai kegiatan sosial. Tokoh masyarakat dapat dengan mudah menarik perhatian masyarakat dengan mengangkat isu-isu lokal.

E. Dampak Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih

Keterlibatan pemilih dipengaruhi oleh media sosial dengan cara yang rumit dan beragam. Untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi lingkungan politik kontemporer, efek positif dan negatif harus diperhitungkan.

Media sosial telah berkembang menjadi instrumen yang sangat efektif untuk memengaruhi opini publik dan mempromosikan keterlibatan politik. Media sosial, di satu sisi, membuat informasi lebih mudah diperoleh, mendorong wacana publik, dan membuat kampanye politik lebih individual. Namun, media sosial juga rentan terhadap penyebaran informasi palsu, polarisasi, dan berita bohong. Oleh karena itu, para pemilih harus mengevaluasi informasi yang dibagikan di media sosial secara kritis dan memastikan kebenarannya sebelum memberikan suara mereka.

Media sosial telah berkembang menjadi instrumen yang ampuh untuk mendorong kaum muda untuk memberikan suara. Kesadaran politik generasi muda telah meningkat sebagai hasil dari kampanye politik yang gencar dipromosikan di media sosial. Para pemilih muda lebih cenderung memantau perkembangan politik dan akhirnya mengambil bagian dalam proses pemilihan ketika informasi kampanye jelas dan relevan.

F. Strategi Kampanye di Era Digital

Kampanye media sosial telah berhasil menarik minat kaum muda untuk memilih dalam pemilu. Pemimpin masa depan dapat berhasil mengomunikasikan visi dan misi mereka menggunakan saluran digital. Menurut data survei, mayoritas pemilih muda mengatakan media sosial berdampak pada pilihan mereka untuk memberikan suara. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat secara signifikan meningkatkan partisipasi pemilih dan mendorong pengembangan proses demokrasi yang lebih canggih.

Kampanye dan produk politik menjadi lebih kompleks di era internet. Saat ini, pemahaman menyeluruh tentang target audiens merupakan komponen utama dari rencana kampanye. Kampanye dapat terhubung dengan konsumen secara lebih langsung dan luas dengan memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk media sosial. Keberhasilan kampanye di era digital juga bergantung pada penggunaan iklan berbayar dan produksi konten yang menarik dan relevan. Untuk mengukur keberhasilan kampanye dan membuat penyesuaian berkelanjutan, analisis data yang cermat juga diperlukan. Di era digital, berbagai efek dan taktik pada pengguna media sosial dapat memberikan informasi aktual untuk membuat kampanye yang sudah berlangsung. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi secara efektif dengan calon pemilih.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial telah mengubah lanskap politik secara signifikan. Meskipun memiliki potensi besar untuk meningkatkan partisipasi dan transparansi, penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga membawa tantangan seperti penyebaran hoaks dan polarisasi. Oleh karena itu, penting untuk memanfaatkan teknologi ini secara bijak dan bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mewujudkan demokrasi yang lebih baik.

REFERENSI

- A, N. F., Fauzah, N. A., & Anshori, M. I. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643-652.
- Fatanti, M. N. (2014). Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet. *IPTEK-KOM*, 16(1), 17-28.
- Kasim, S. P., Sonni, A. F., & Farid, M. (2023). Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pilkada Serentak Tahun 2020. *MEDIUM*, 11(1),

111-123.

- Majid, M. N., & Andriani, E. D. (2023). Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum di Era Digital. *PRESEPTIF*, 2(1), 53-61.
- Nurcholis, A., & Putra, T. R. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGop*, 2(1).
- Nursidqi, M. D., & Sofyan, A. (2023). Kampanye Politik Anggota DPRD Kabupaten Garut Jawa Barat Pada Pemilu 2019. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, 3(2), 87-98.
- Saputra, A. E., & Caroline, A. (2024). Pengayuban Sebagai Strategi Kemenangan Caleg Yang Bukan Penduduk Tempatan di Batam. *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(4), 195-209.
- Saputro, E. R. (2022). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Kandidat pada Pemilihan Kepala Daerah di Kota Makassar Tahun 2020. *Jurnal Publik Politik*, 10(1).
- Simatupang, Y. (2024). Dianmika Politik dan Pilkada di Kota Kendari: Analisis Pengaruh Media Sosial dalam Kampanye Politik Lokal. *Journal Publicuho*, 7(1), 439-447.
- Syamsari, U. A., Faisal, Winata, M., Afifah, A. N., Assa'addah, H., Indriana, H., & Putra, R. A. (2024). Perbandingan Orientasi dan Budaya Politik antara Etnis Sunda dengan Etnis Makassar. *INNOVATIVE: Jurnal Of Social Science Research*, 4(5).