

Article

Analisis Padangan Masyarakat Terhadap Debat Cawapres 2024 Melalui Media Sosial Instagram

Andreas Binsar Atmadja Sigalingging*

*Corespondensi Penulis: andreassigalingging284@gmail.com

Abstract:

The purpose of this research was to find out the views of the public on Instagram social media regarding politics in Indonesia in the form of the 2024 vice presidential debate. In an effort to achieve the research objectives, researchers used library methods. Data collection was carried out by reading sources through articles on the internet and social media. In collecting data in the form of people's opinions about politics which can be taken through comments from personal accounts in posts in the form of videos or images about the 2024 cawapres debate. The results obtained from this research show that people's views about the 2024 cawapres debate have pros and cons. On the contrary, this can happen because of the sweet promises made by the vice presidential candidate which according to the public are too excessive or just empty talk, as for the vice presidential candidate who was previously seen as bad by the public because the vice presidential candidate was able to advance due to the privilege of some people who changed their view of him. the vice presidential candidate.

Keywords: 2024 Vice Presidential Debate, Social Media, Instagram

Abstrak:

Tujuan dibuatnya penelitian ini untuk mengetahui pandangan masyarakat di media sosial instagram tentang politik yang ada di Indonesia berupa debat cawapres 2024. Dalam upaya mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode kepustakaan. Dalam melakukan pengumpulan data dilakukan dengan membaca sumber melalui artikel yang ada di internet dan media sosial. Dalam pengumpulan data berupa pendapat masyarakat tentang politik yang dapat di ambil melalui komentar-komentar dari akun pribadi yang ada pada postingan berupa video atau gambar tentang debat cawapres 2024. Hasil yang di dapat dari penelitian ini memperlihatkan bahwa padangan masyarakat tentang debat cawapres 2024 memiliki pro dan kontra, hal itu dapat terjadi karena adanya janji-janji manis yang dibuat oleh cawapres yang menurut masyarakat terlalu berlebihan atau sekedar omong kosong, adapun juga cawapres yang sebelumnya di pandang buruk oleh masyarakat dikarenakan cawapres tersebut bisa maju dikarenakan adanya privilege sebagian masyarakat menjadi merubah pandangan terhadap cawapres tersebut.

Kata Kunci: Debat Cawapres 2024, Media Sosial, Instagram

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara demokrasi dan negara hukum yang memiliki undang-undang yang sudah di tetapkan oleh pemerintah, supaya masyarakat Indonesia bisa aman peraturan yang dibuat juga bisa mengatur kehidupan masyarakatnya melalui hukum termasuk juga dalam berpolitik (Harjono, 2010). Politik berasal dari kata Yunani yaitu polis yang artinya suatu kota yang memiliki status negara. Politik menurut Andrew Heywood adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh bangsa yang memiliki tujuan membuat, mengamankan dan mengamandemenkan peraturan-peraturan yang dapat mengatur kehidupan hal tersebut dapat artikan bahwa peraturan tersebut tidak lepas dari yang namanya gejala konflik dan kerjasama (Bawamenewi, 2019). Dalam berpolitik di era modern sekarang yang bisa dilakukan melalui media elektronik atau melalui internet yang semakin memudahkan masyarakat Indonesia dalam memahami politik (ADITIYA, n.d.). Pada era modern sekarang banyak masyarakat Indonesia baik muda maupun tua yang menggunakan media sosial dalam berpolitik, terutama baru-baru ini yang ramai di perbincangkan di media sosial yaitu debat cawapres 2024 yang di tayangkan secara langsung dengan hadirnya tiga cawapres yang berdebat pada nomor urut satu ada Muhammin Iskandar, nomor urut dua Gibran Rakabuming Raka, dan nomor urut tiga Mahfud MD. Dengan adanya debat cawapres 2024 bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat Indonesia agar dapat memilih capres dan cawapres yang tepat pada saat pemilu tahun 2024 (Triartanto et al., 2024).

Dengan kehadiran media sosial menjadi mempermudah dalam kehidupan banyak masyarakat Indonesia, tetapi media sosial sekarang ini berbading terbalik yang berdampak pada kehidupan masyarakat (A.Rafiq, 2020). Dari media sosial banyak masyarakat Indonesia yang memiliki pandangan tersendiri dengan semua cawapres 2024 (Puspitasari, 2024). Dimulai dari video viral yang beredar di media sosial tentang cawapres nomor urut satu yaitu Muhammin tentang tekadnya untuk membangun 40 kota yang kualitasnya setara dengan Jakarta agar dapat menampung banyak penduduk didalamnya (M, 2023). Dengan adanya tekad yang dimiliki oleh Muhammin di tanggapi secara langsung oleh cawapres nomor urut dua yaitu Gibran yang mempertanyakan tentang pendapat Muhammin yang menolak pembangunan IKN dan Gibran juga menambahkan bahwa kota sekelas Jakarta saja masih banyak masalah yang terdapat pada transportasi umum yang masih banyak kekurangan (Santia, 2023).

Dari kejadian ini dapat dipandang masyarakat sebagai janji manis yang hanya keluar dari mulut tetapi tidak sesuai fakta. Dalam berkampanye pasti ada calon pemimpin yang memberikan janji-janji manis yang bertujuan untuk mendapatkan suara dari rakyat, diantara janji-janji yang diberikan pasti ditepati tapi tidak sedikit yang mengingkari janji tersebut (Suciartini, 2020). Dengan adanya media sosial menjadikan masyarakat Indonesia lebih bijak dalam berpolitik dengan memiliki pandangan masing-masing, hal ini dapat dibuktikan dengan kejadian pada debat cawapres 2024 dimana gibran yang tadinya di pandang sebagai anak ingusan yang bermodalkan anak presiden sehingga bisa dengan mudah menjadi cawapres. Tidak sedikit masyarakat Indonesia kurang suka dengan Gibran, ditambah dengan pandangan masyarakat tentang adanya dinasti politik mempermudah Gibran nantinya. Dinasti politik ini merupakan pemanfaatan dalam kekuasaan dengan cara mengandalkan adanya keturunan atau hubungan darah yang biasanya di dapat dari beberapa orang saja (Susanti, 2017).

Dengan adanya debat cawapres 2024 sebagian masyarakat merubah pandangan buruk terhadap Gibran dikarenakan pendapat yang di lontarkannya kepada Muhammin yang dinilai terlalu berlebihan, dengan masyarakat yang menggunakan media sosial mulai membuat komentar di video debat cawapres 2024 yang beredar di instagram (Hamdi, 2024). Pada kasus ini masyarakat Indonesia memiliki pandangan mereka masing-masing, ada yang mulai mengubah pandangannya tentang Gibran karena pendapat dia yang lebih masuk akal tetapi tidak sedikit juga masyarakat yang masih memiliki pandangan buruk dan tetap pada pendirian mereka dengan tetap mendukung pendapat cawapres nomor urut satu yaitu Muhammin (Syaefulloh, 2024). Apakah dengan adanya media sosial ini menjadikan masyarakat Indonesia menjadi paham akan pandangan tentang politik di Indonesia?

dengan dibuatnya penelitian ini agar menjawab pertanyaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

POLITIK

Politik adalah suatu fenomena yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat, politik digambarkan juga sebagai pada suatu rangka proses dalam perkembangan manusia (Nambo & Puluhuluwa, 2005). Dengan adanya politik yang dapat di artikan yang merupakan negara yang memiliki sarana yang efektif dalam mengasilkan dan juga mewujudkan berbagai macam jaminan bahagia dikarenakan adanya unsur keselamatan di dalamnya. Adapun juga menurut Asaad (1945) yang menjelaskan bahwa politik itu kumpulan kekuatan yang meningkatkan kualitas serta kuantitas kekuatan, yang nantinya dapat mengawasi dan juga mengendalikan kekuatan tersebut untuk tujuan dari negara dan juga institusi lainnya (Hamdani, 2006). Dengan adanya politik tidak lepas yang darinamanya konflik yang sumber permasalahan melalui nilai-nilai yang ingin di capai baik secara materil ataupun secara mental. Adapun juga definisi dari politik yaitu urusan pemerintah pusat dengan daerah yang merupakan suatu pandangan yang menghubungkan politik dengan negara, dan juga pandangan yang saling menghubungkan antara otoritas, kekuasaan dan konflik(Puspitasari, 2024).

MASYARAKAT

Masyarakat merupakan kesatuan yang berubah-ubah dikarenakan masyarakat dapat terbentuk dikarenakan adanya interaksi dari individu kepada individu lainnya, sehingga terjadilah kehidupan di dalam masyarakat yang saling mempengaruhi kehidupan suatu individu yang menjadi masuk kedalam kehidupan bermasyarakat. Masyarakat sendiri memiliki peran di dalam politik yaitu dengan menjaga ketertiban sosialnya yang nantinya disebut dengan civil society, yang nantinya masyarakat dapat menjalankan kekuatan politik dengan adanya kebijakan publik dengan cara melakukan partisipasi melalui media massa atau berpartisipasi secara langsung melalui struktur-struktu dari mediasi (Lubis, 2007).

MEDIA SOSIAL

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi dengan berbasis internet membangun dengan dasar ideologi dan juga adanya teknologi 2.0 sehingga dapat menjadikan pertukaran dan penciptaan (Siregar, 2022). Jika di artikan secara umum media sosial ini merupakan suatu situs dengan menyediakan wadah untuk pengguna agar dapat saling berinteraksi dengan pengguna lain secara online(Meissya, 2024). Kebanyakan pengguna media sosial menggunakan untuk saling berbagi informasi baik dalam bentuk video ataupun dalam bentuk suatu gambar yang nantinya akan di unggah melalui akun pribadi dari pengguna tersebut, kebanyakan pengguna memanfaatkan media sosial untuk pencintaan atau sebagai tempat mengekspresikan diri sendiri. Dengan perkembangan zaman yang diikuti dengan media sosial yang semakin banyak dipakai penggunanya yang terdapat macam-macam media sosial seperti Instagram, Facebook, twitter, dan masih banyak lainnya(Putri et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat studi pustaka dengan menggunakan jurnal, buku dan juga media internet sebagai data yang di dapat kemudian di pilih serta dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penenlitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian dengan menghasilkan data-data yang bersifat deskriptif berupa kalimat-kalimat tertulis atau lisan dari subjek yang sedang di teliti (Waruwu, 2023).

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan informasi melalui media sosial dan juga melalui artikel seputar politik yang terjadi di Indonesia, peneliti juga menggunakan jenis data sekunder yang menjelaskan sumber yang di dapat melalui akun-akun media sosial Instagram yang memposting video atau gambar tentang acara debat cawapres 2024, yang kemudian di dokumentasikan oleh peneliti agar data yang di dapat bisa di kelompokkan sesuai dengan keakuratan informasi yang beredar di media sosial Instagram(Mustopa et al., 2024).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Debat cawapres 2024 yang ditayangkan secara langsung di seluruh Indonesia yang kebanyakan diunggah kedalam media sosial dan salah satunya media sosial Instagram dalam bentuk video dan juga foto. Pengguna media sosial instagram yang berkomentar ke dalam akun resmi tetapi banyak pengguna media sosial yang berkomentar ke akun-akun pribadi dengan jumlah pengikut akun tersebut mencapai ratusan ribu banyaknya seperti winnews yang membuat video dari debat cawapres 2024, isi video juga menjelaskan hasil dari debat yang nantinya akan di ambil poin-poin dan kejadian unik yang terjadi dalam debat tersebut(Saputri et al., 2024). Dengan hasil video yang beredar di internet banyak pengguna instagram berkomentar dengan pendapat mereka berdasarkan pandangan mereka kepada ketiga cawapres tersebut, yang menjadi daya tarik dari debat cawapres 2024 terdapat pada Gibran dengan penampilan di atas panggung dengan membalas janji yang dibuat oleh Muhammin tentang pembangunan 40 kota yang setara dengan Jakarta, sedangkan Gibran mengoreksi ulang bahwa Jakarta sendiri tidak sepenuhnya kota yang bagus dan masih banyak kekurangan di dalamnya kemudian jika 40 kota yang menyerupai Jakarta di bangun akan menambahkan banyak masalah dikarenakan kekurangan tersebut yang membuat pemerintah nantinya kewalahan dalam mengatasinya belum lagi masyarakat nantinya bisa menderita(Mudjiyanto et al., 2024).

Hasil yang di dapat pada media sosial Instagram terkait postingan tentang debat cawapres 2024 terkait pandangan masyarakat yang berubah akan politik, dimulai dari pengguna yang bisa menilai mana janji yang masuk akal dan mana yang merupakan janji manis yang diberikan kepada masyarakat dan juga masyarakat dapat menilai kelayakan dari calon presiden nantinya dalam memimpin negara Indonesia agar masa depan yang dimiliki oleh negara serta masa depan dari masyarakat dapat terjamin nantinya(Susetyawidianta & Gerald, 2024). Dengan adanya penelitian ini, masyarakat Indonesia menjadi bijak dalam berpolitik dikarenakan kemudahan dalam mempelajari sistem politik melalui media sosial seperti Instagram dan juga dapat memberikan masyarakat Indonesia ruang publik untuk membuat komentar tentang pandangan masyarakat terhadap politik melalui media sosial yang bertujuan untuk saling berdiskusi saling bertukar pikiran antara individu(Mukhroman et al., 2024).

PENUTUP

Kesimpulan

Pada masa pemilu media sosial menjadi sarana untuk berpolitik dan sebagai tempat ruang publik dimana masyarakat Indonesia dapat mendukung calon pemimpin Indonesia yang dipilih oleh mereka. Pengetahuan masyarakat tentang politik yang ada di Indonesia menjadi lebih peka dan dapat memahami dengan mudah melalui media sosial instagram. Pada pandangan masyarakat terkait dengan video debat cawapres 2024, menjelaskan bahwa masyarakat yang memakai media sosial Instagram banyak yang berargumen di dalam kolom komentar kebanyakan orang mulai mendukung cawapres nomor urut dua, adapun juga masyarakat yang masih memiliki pandangan buruk kepada cawapres nomor urut dua yang mengait dengan status cawapres tersebut dengan status anak presiden, begitupun juga dengan cawapres nomor urut satu yang kebanyakan masyarakat mulai merasa ragu untuk menanggapi janji yang dibuat cawapres nomor urut satu. Jika disimpulkan dari kedua pendukung cawapres bahwa sebagian pendukung dari kedua pihak memiliki pandangan yang berbeda dengan pilihan mereka jika di bandingkan dengan jumlah seratus pendukung yang menjadi limapuluh persen masih ada yang tetap mendukung dan lima puluh persen yang mulai ragu dengan keputusan mereka dalam memilih cawapres tersebut.

Saran

Diharapkan kepada masyarakat Indonesia agar bijak dalam menggunakan media sosial dan bijak dalam berkomentar, serta menghindari yang namanya membuat komentar-komentar yang mengandung unsur kebencian yang nantinya bisa menyebabkan konflik di dalam masyarakat. Diharapkan juga untuk masyarakat Indonesia agar memanfaatkan media sosial sebagai tempat yang baik dalam berpolitik, dengan mendukung masing-masing calon pemimpin dengan memberikan komentar berupa dukungan yang nantinya dapat memberikan pandangan positif terhadap masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- ADITIYA, R. (n.d.). ANALISIS FRAMING AKUN INSTAGRAM@ GANJAR_PRANOWO PASCA DEBAT CALON PRESIDEN 2024 SKRIPSI. Eskripsi.Usm.Ac.Id. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2020/G.331.20.0103/G.331.20.0103-15-File-Komplit-20240723093635.pdf>
- Bawamenewi, A. (2019). Implementasi hak politik warga negara. *Warta Dharmawangsa*, 13(3).
- Hamdani. (2006). Artikulasi politik dan kepentingan partai politik (dalam perspektif fiqhu al-siyâsah). *Risalah Hukum*, 63-70.
- Hamdi, S. (2024). STRATEGI DAN GAYA DEBAT GIBRAN DI PILPRES 2024. ... : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan ... <http://governance.lkipol.or.id/index.php/description/article/view/202>
- Harjono, H. (2010). Hukum, demokrasi, dan Mahkamah Konstitusi. *INOVATIF: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(3).
- Lubis, S. (2007). Partisipasi masyarakat dalam kebijakan publik. *Jurnal Demokrasi*, 6(1).
- Meissya, T. A. (2024). Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar Akun Instagram Gibran Raka (Alternatif Model Bahan Ajar Teks Debat). repository.unigal.ac.id/handle/123456789/4893
- Mudjiyanto, B., Launa, L., & Yanuar, F. (2024). Branding Capres Dan Konstruksi Wacana Politik Pilpres 2024 Di Ruang Media Sosial. *KOMVERSAL*. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/view/1645>
- Mukhroman, I., Ahmad, I., & Gumelar, R. G. (2024). Pembentukan Opini Publik pada Pemilihan Umum 2024 (Studi Kasus Opini Publik-Survey Elektabilitas Capres-Cawapres 2024 Pasca Debat Pertama). *Syntax Idea*. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/3436>
- Mustopa, E. N. F., Khamila, G., Umam, M. S., Anggraeni, N., & ... (2024). Analisis Literasi Digital Terhadap Perilaku Penelusuran Informasi Mahasiswa Sains Komunikasi UNIDA Mengenai Pemilu 2024 di Instagram. Karimah <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/11820>
- Nambo, A. B., & Puluhuluwa, M. R. (2005). Memahami tentang beberapa konsep politik (suatu telaah dari sistem politik). *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 21(2), 262-285.
- Puspitasari, M. (2024). Demokrasi dalam Arena Media Sosial: Catatan Refleksi Pembelajaran pada Masa Kampanye Pemilihan Presiden 2024. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*. <http://www.caraka.web.id/index.php/caraka/article/view/134>
- Putri, A., Akhsan, F. M., Fathir, M. R., Putri, R. T., Damayanti, U., & ... (2024). Peran Pojoksatu. id dalam Menyebarluaskan Informasi (Studi Kasus: Media Sosial Tiktok, Instagram dan Facebook). *KOLONI*. <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/591>
- Saputri, F. R. D., Nugrahani, F., & ... (2024). Sarkasme dalam Kampanye Pemilihan Capres 2024 di Media Sosial Tiktok. *GERAM: Gerakan Aktif* <https://jurnal.uir.ac.id/index.php/geram/article/view/16942>
- Siregar, A. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media pendidikan. *EDU-RILIGIA: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam dan Keagamaan*, 5(4).
- Suciartini, N. N. A. (2020). Bahasa satire dalam meme media sosial. *Pustaka: Jurnal Ilmu-Ilmu Budaya*, 20(1).
- Susanti, M. H. (2017). Dinasti politik dalam pilkada di Indonesia. *Journal of Government and Civil Society*, 1(2), 111-119.
- Susetyawidianta, R. D., & Gerald, G. (2024). Political branding Prabowo-Gibran dalam pemilu presiden 2024: Analisa interaksionisme simbolik di media sosial Instagram dan Twitter. *Sintesa*. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa/article/view/10251>
- Syaefulloh, I. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PEMILIH PEMULA DI KABUPATEN BANDUNG. *AI-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN* <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/alkalam/article/view/14683>
- Triartanto, A. Y., Mutiah, T., Suryianto, A. D., & ... (2024). SIMULACRUM PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA KAMPANYE POLITIK PILPRES DAN WAPRES 2024 MELALUI VIDEO

Andreas Binsar Atmadja Sigalingging

Judul I Vol 6 No 2, Tahun 2024, p 271-276

TIKTOK.

NIVEDANA:

Jurnal

....

<https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/NIVEDANA/article/download/1311/665>

Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif, dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.