



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 1, Januari 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 1, January 2025

Pages : 659–671

Sosial Media Sebagai Sarana Sosialisasi Politik yang
Dilakukan oleh PDIP di Pemilu 2024

Sasqhia Laillyah Kisbiyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jakarta

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2511>

How to Cite this Article

APA : Kisbiyah, S. L. (2024). Sosial Media Sebagai Sarana Sosialisasi Politik yang Dilakukan oleh PDIP di Pemilu 2024. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(1), 659 – 671. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1.2511>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Sosial Media Sebagai Sarana Sosialisasi Politik yang Dilakukan oleh PDIP di Pemilu 2024

Sasqhia Laillyah Kisbiyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

*Email Korespodensi: 2410413053@mahasiswa.upnvj.ac.id

Diterima: 06-12-2024

| Disetujui: 07-12-2024

| Diterbitkan: 08-12-2024

ABSTRACT

With increased internet access, PDIP utilizes platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter to spread political messages, build a positive image, and interact with voters, especially young voters. While social media offers opportunities to increase political participation, challenges such as the spread of inaccurate information and polarization of opinions are also faced. PDIP showed significant efforts in building interaction with voters through interactive features and creative content, and was more successful compared to Golkar Party and Democratic Party in the 2019 Legislative Election campaign. The success of PDIP's social media strategy can be seen from the increase in public engagement and the strengthening of the party's image, which shows the important role of social media in Indonesian democracy. This research aims to: 1) analyze PDIP's political communication strategy on social media, 2) evaluate the effectiveness of PDIP's social media usage, 3) analyze the role of social media in the context of democracy in Indonesia. The research method used in this research is a case study method with a qualitative descriptive approach. The results of this study are the empowerment of political engagement through social media; identity building and party branding; and challenges faced, such as misinformation and opinion polarization.

Keywords: Social Media; Political Socialization; Indonesian Democratic Party of Struggle (PDIP); Political Participation; Young Voters; Misinformation; Opinion Polarization; Political Campaigns

ABSTRAK

Dengan meningkatnya akses internet, PDIP memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter untuk menyebarkan pesan politik, membangun citra positif, dan berinteraksi dengan pemilih, terutama pemilih muda. Meskipun media sosial menawarkan peluang untuk meningkatkan partisipasi politik, tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan polarisasi opini juga dihadapi. PDIP menunjukkan upaya signifikan dalam membangun interaksi dengan pemilih melalui fitur interaktif dan konten kreatif, serta lebih berhasil dibandingkan dengan Partai Golkar dan Partai Demokrat dalam kampanye Pemilu Legislatif 2019. Keberhasilan strategi media sosial PDIP terlihat dari peningkatan keterlibatan publik dan penguatan citra partai, yang menunjukkan peran penting media sosial dalam demokrasi Indonesia. Penelitian ini bertujuan: 1) menganalisis strategi komunikasi politik PDIP di media sosial, 2) mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial PDIP, 3) menganalisis peran media sosial dalam konteks demokrasi di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah pemberdayaan keterlibatan politik melalui media sosial; pembangunan identitas dan pencitraan partai; dan tantangan yang dihadapi, seperti misinformasi dan polarisasi opini.

Katakunci: Media Sosial; Sosialisasi Politik; Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP); Partisipasi Politik; Pemilih Muda; Misinformasi; Polarisasi Opini; Kampanye Politik; Literasi Digital.

PENDAHULUAN

Media sosial tumbuh dengan cepat seiring dengan meningkatnya akses dan kemudahan informasi yang didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi. Perkembangan media sosial di Indonesia telah menunjukkan tren yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dilansir dari DataReportal (Kemp, 2023) pada tahun 2023, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2023, dengan penetrasi internet mencapai 77,0 persen dan juga rata-rata waktu yang digunakan oleh pengguna aktif media sosial tersebut mencapai 3 jam 18 menit setiap hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terhubung dan terlibat dalam ekosistem digital, di mana media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Akses internet yang semakin luas dan kehadiran perangkat *mobile* yang terjangkau memudahkan masyarakat untuk menggunakan berbagai platform online seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter (X), dan Facebook. Para pengguna media sosial dapat dengan mudah bergabung dalam beberapa aktivitas dan interaksi seperti terjadinya kegiatan pertukaran informasi (Cahyono, 2016).

Dalam penelitian Dewan Pers dan Universitas Moestopo, media online berada di posisi teratas dengan mengantongi 32,51 persen sebagai pilihan utama masyarakat dalam mencari kebenaran sebuah informasi. Media sosial dipilih oleh banyak responden dikarenakan kecepatan informasi dan kemudahan akses informasinya, padahal persentase informasi terpercayanya rendah. Penelitian ini melibatkan 1.020 responden yang merupakan penduduk Indonesia berusia 13 tahun ke atas. Di Indonesia, penggunaan media sosial untuk penyebaran informasi politik seringkali menunjukkan kecenderungan yang mengkhawatirkan. Akun-akun individu, kelompok, bahkan sumber anonim kerap menyebarkan berita tanpa memperhatikan kredibilitas dan validitas informasi. Masyarakat, sebagai penerima pesan, juga cenderung mengabaikan aspek akurasi dan keabsahan informasi, lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan informasi yang sejalan dengan kepentingan pribadi. Kondisi ini mengakibatkan maraknya penyebaran berita bohong, provokasi, dan konten yang berpotensi menimbulkan konflik SARA di ribuan akun media sosial dan media online, seperti yang terdeteksi oleh Direktorat Reskrimsus Polda Metro Jaya.

Pesan-pesan yang beredar di media sosial, yang mudah diakses dan tersebar luas, tampaknya mengabaikan peran media massa konvensional sebagai sumber informasi faktual yang berpedoman pada etika jurnalistik. Media sosial sebagai media alternatif yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi, sesungguhnya memiliki banyak manfaat dalam rangka meningkatkan pemahaman terhadap demokratisasi komunikasi menuju masyarakat informasi yang adil sejahtera (Susanto, 2017).

PDIP, sebagai salah satu partai politik terbesar di Indonesia, telah memanfaatkan media sosial secara strategis untuk sosialisasi politik. Mereka aktif menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan pesan politik, program partai, dan agenda politik mereka. PDIP sering membagikan informasi terbaru, video pidato para pemimpin partai, dan foto kegiatan partai, seperti video pidato Ketua Umum Megawati Soekarnoputri atau Sekjen Hasto Kristiyanto yang berisi pesan politik. Selain itu, PDIP juga membangun branding dan citra positif di mata publik dengan membagikan konten yang menunjukkan sisi humanis dan peduli terhadap rakyat. Kegiatan sosial, kunjungan ke daerah terpencil, dan program bantuan untuk masyarakat sering dijadikan konten, termasuk foto dan video kegiatan bakti sosial. Interaksi langsung dengan pemilih juga menjadi fokus, di mana PDIP memanfaatkan fitur interaktif di media sosial untuk menanggapi komentar, menjawab pertanyaan, dan mengadakan sesi tanya jawab dengan para pemimpin partai. Seringkali, mereka mengadakan live streaming di Facebook dan Instagram untuk berdiskusi dengan pemilih tentang isu-isu politik terkini.

Sebuah fenomena menarik terjadi di media sosial ketika konten TikTok yang menampilkan filter

wajah Megawati Soekarnoputri berjoget menjadi viral. Konten ini menarik perhatian banyak pengguna dan langsung mendapatkan tanggapan dari akun resmi PDIP. Hal ini mencerminkan bagaimana partai politik, dalam hal ini PDIP, memanfaatkan tren yang sedang populer di kalangan generasi muda untuk memperkuat citra dan keterlibatan mereka di media sosial. Akun resmi PDIP tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai platform interaksi yang responsif terhadap tren digital. Melalui komentar yang diberikan pada konten viral tersebut, PDIP menunjukkan kemampuannya untuk beradaptasi dengan budaya digital dan menjangkau audiens yang lebih luas. Ini adalah contoh yang jelas tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif dalam sosialisasi politik, menggabungkan elemen hiburan dengan pesan politik yang relevan.

Media sosial juga digunakan untuk menggalang dukungan dan memobilisasi massa. PDIP membagikan konten yang mengajak masyarakat untuk bergabung dengan partai dan berpartisipasi dalam kegiatan partai, termasuk poster dan video yang mengajak masyarakat untuk mendaftar menjadi anggota. Dalam upaya menjangkau generasi muda, PDIP memanfaatkan platform populer di kalangan anak muda, seperti TikTok dan Instagram, untuk menyebarkan pesan politik dengan cara yang lebih kreatif dan menarik, termasuk video pendek yang dipadukan dengan musik populer.

Namun, PDIP juga tidak lepas dari tantangan. Mereka menggunakan media sosial untuk menanggapi kritik dan kontroversi yang muncul di publik, memberikan klarifikasi, membantah tuduhan, dan menyampaikan pesan pembelaan. Contohnya, PDIP sering menggunakan Twitter untuk menanggapi kritik dan pertanyaan dari pengguna media sosial. Dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial dan strategi yang tepat, PDIP berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, membangun citra positif, dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Secara keseluruhan, media sosial memainkan peran penting dalam sosialisasi politik PDIP, menawarkan peluang besar untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi, meskipun juga dihadapkan pada risiko seperti misinformasi dan polarisasi opini.

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana PDI Perjuangan memanfaatkan media sosial sebagai sarana sosialisasi politik untuk menjangkau target pemilih dan membangun citra positif di tengah persaingan ketat Pemilu 2024. Penelitian ini akan mengkaji strategi komunikasi politik yang diterapkan PDI Perjuangan di media sosial, serta efektivitasnya dalam mempengaruhi opini publik dan meningkatkan partisipasi politik. Konteks penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial sebagai platform komunikasi politik yang semakin berkembang di Indonesia. Media sosial menjadi alat penting bagi partai politik untuk membangun basis dukungan, menyebarkan pesan politik, dan berinteraksi langsung dengan pemilih. Penelitian ini akan meneliti bagaimana PDI Perjuangan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau target pemilih, membangun citra positif, dan mempengaruhi opini publik dalam konteks Pemilu 2024. Tujuan penelitian antara lain; 1) menganalisis strategi komunikasi politik PDIP di media sosial, 2) mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial PDIP, 3) menganalisis peran media sosial dalam konteks demokrasi di Indonesia.

Hasil penelitian terdahulu tentang penggunaan media sosial bagi partai politik yang dilakukan oleh Deden Fahrudi dan Atef Fahrudin menunjukkan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi strategi penting dalam kampanye politik modern (Fahrudi & Fahrudin, 2023). Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan studi kasus untuk menginvestigasi pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang Pemilu 2024. Langkah-langkah yang diambil mencakup pemilihan kasus yang relevan, pengumpulan data dari berbagai sumber, dan analisis kualitatif terhadap konten media sosial untuk memahami penggunaan media sosial oleh partai politik dan politisi. Sebanyak 18 partai politik nasional dan

politisi yang menjadi bakal calon presiden telah aktif menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok untuk berkomunikasi dengan pemilih dan mempromosikan agenda politik mereka. Sebagai contoh, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) memiliki akun TikTok dengan pengikut terbanyak sebanyak 746 ribu.

Penelitian lain dari Satria Ardhi N menjelaskan media sosial sebagai salah satu medium diskusi masyarakat pun menunjukkan aktivitas partai politik yang tinggi (N, 2023). Media sosial bagi partai politik menunjukkan aktivitas yang tinggi, dengan PDI Perjuangan (@PDI_Perjuangan) menjadi yang paling aktif dengan total tweet mencapai 30.593. PDI-P juga banyak membahas isu Ibu Kota Negara (IKN), dengan 62 tweet yang membahas pembangunan IKN (N, 2023).

Teori yang digunakan adalah teori komunikasi politik dan partisipasi politik dalam menjelaskan bagaimana partai politik menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pemilih, membangun citra, dan menyebarkan pesan politik. Sementara itu, teori partisipasi politik menekankan bagaimana media sosial dapat meningkatkan keterlibatan warga dalam proses politik, terutama di kalangan generasi muda atau Gen Z.

Penggunaan media sosial berkontribusi pada peningkatan partisipasi pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi (Boulianne, 2015). Sedangkan, menurut Bennett dan Segerberg (2012), media sosial menciptakan ruang baru untuk interaksi antara politisi dan pemilih (Bennett & Segerberg, 2012). Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter memungkinkan individu untuk berinteraksi secara langsung dengan politisi, partai politik, dan isu-isu politik terkini. Hal ini mendorong keterlibatan yang lebih aktif dalam proses politik, baik melalui diskusi online, penyebaran informasi, maupun dukungan terhadap kandidat atau partai tertentu. Namun, penggunaan media sosial dalam politik juga memiliki sisi negatif. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks, yang dapat mempengaruhi opini publik dan keputusan politik (Tandoc Jr et al., 2017). Penting bagi partai politik dan pemilih untuk kritis terhadap informasi yang diperoleh melalui media sosial dan memverifikasi kebenarannya melalui sumber-sumber yang kredibel. Selain itu, penggunaan media sosial dalam politik juga dapat memicu polarisasi dan perpecahan di masyarakat. Algoritma yang digunakan dalam media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi publik dalam pemilihan umum. Algoritma ini dapat menciptakan "*filter bubble*," dimana pengguna hanya terpapar pandangan yang sejalan dengan kepercayaan mereka, serta "*echo chamber*," dimana individu hanya terpapar informasi yang memperkuat pandangan mereka (Al Fatih et al., 2024).

"Ruang gema" ini dapat menjadi bumerang bagi partai politik. Di satu sisi, "ruang gema" dapat memperkuat basis dukungan dengan menampilkan konten yang sesuai dengan ideologi dan pandangan politik partai. Pengguna yang terpapar konten-konten ini cenderung semakin yakin dengan partai dan lebih mudah tergerak untuk mendukung partai. "Ruang gema" juga dapat membantu dalam memobilisasi dukungan untuk kegiatan politik, seperti demonstrasi atau kampanye, karena pengguna di dalam "ruang gema" cenderung memiliki pandangan yang sama dan lebih mudah diajak untuk berpartisipasi. Namun, di sisi lain, "ruang gema" dapat mengurangi dialog yang konstruktif dengan menutup akses terhadap informasi dan perspektif yang berbeda. Hal ini dapat menghambat partai politik dalam menerima kritik, belajar dari kesalahan, dan mengembangkan kebijakan yang lebih baik. "Ruang gema" juga dapat memperkuat polarisasi politik dengan memperkuat bias dan pandangan yang ekstrem. Hal ini dapat menyebabkan perpecahan di masyarakat dan mempersulit proses demokrasi.

Partai politik perlu menyadari bahaya "ruang gema" dan mengambil langkah untuk mengatasi

pengaruhnya. Mereka dapat membangun platform diskusi yang terbuka dan mendorong dialog yang konstruktif antara pemilih dengan berbagai pandangan politik. Mereka juga dapat mempromosikan konten yang menampilkan berbagai perspektif dan informasi yang faktual, sehingga pengguna dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap dan objektif. Terakhir, mereka perlu berhati-hati dalam memilih konten yang dibagikan dan menghindari konten yang dapat memicu perpecahan di masyarakat.

Media sosial memiliki peran yang kompleks dalam demokrasi Indonesia. Di satu sisi, media sosial dapat mendorong partisipasi politik, meningkatkan transparansi, dan membentuk opini publik. Namun, di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan seperti penyebaran misinformasi, polarisasi, dan ketergantungan pada platform. Untuk memaksimalkan potensi positif media sosial dan meminimalkan dampak negatifnya, diperlukan upaya bersama dari pemerintah, partai politik, dan masyarakat untuk membangun literasi digital, mempromosikan dialog yang konstruktif, dan memastikan akses informasi yang akurat dan objektif. Pemerintah memiliki peran penting dalam mengatur dan mengawasi penggunaan media sosial. Ini dapat dilakukan melalui regulasi yang jelas tentang konten yang dilarang, seperti ujaran kebencian, hoaks, dan informasi yang menyesatkan. Pemerintah juga dapat mendorong platform media sosial untuk menerapkan mekanisme verifikasi dan pelaporan konten yang tidak pantas. Selain itu, pemerintah dapat meningkatkan literasi digital di masyarakat melalui program edukasi dan kampanye publik. Partai politik juga memiliki tanggung jawab besar dalam memanfaatkan media sosial secara bertanggung jawab. Mereka perlu memastikan bahwa informasi yang mereka sebar akurat dan tidak menyesatkan. Mereka juga perlu mendorong dialog yang konstruktif dan menghindari penyebaran konten yang memicu polarisasi. Penting bagi partai politik untuk membangun kepercayaan publik dengan menunjukkan transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan media sosial. Masyarakat juga memiliki peran penting dalam memaksimalkan potensi positif media sosial. Warga dapat meningkatkan literasi digital mereka dengan belajar untuk memverifikasi informasi, mengenali hoaks, dan menghindari penyebaran konten yang tidak pantas. Masyarakat juga dapat aktif dalam mempromosikan dialog yang konstruktif dan membangun komunitas online yang positif dan inklusif.

Meskipun terdapat tantangan, media sosial tetap menjadi alat yang penting dalam komunikasi politik. Partai politik dapat memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih, membangun citra positif, dan mengorganisir dukungan. Namun, penting untuk menggunakan media sosial secara bertanggung jawab, dengan fokus pada penyebaran informasi yang akurat, membangun dialog yang konstruktif, dan mendorong partisipasi politik yang lebih aktif dan inklusif.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2005:4), pendekatan deskriptif kualitatif adalah pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka (Moleong, 2005). Pendekatan ini menggunakan cara pandang interpretatif untuk memahami secara mendalam bagaimana PDIP menggunakan media sosial. Pendekatan ini tidak hanya sekadar menelaah data permukaan seperti jumlah pengikut (*followers*) atau tingkat keterlibatan (*engagement*), tetapi menggali lebih dalam untuk memahami bagaimana media sosial digunakan oleh PDIP dalam konteks politik Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan dokumentasi. Menurut

Creswell (2014), pengumpulan data melalui studi literatur dan dokumentasi dengan cara mengutip dan membaca bahan yang didapatkan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai sumber literatur yang berhubungan dengan pemilihan topik dan permasalahan penelitian dengan menggunakan hubungan timbal balik kategori-kategori informasi (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diulas dalam tiga sub pembahasan temuan yang diperoleh dalam penelusuran, penelaahan serta pengkajian informasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Temuan pertama tentang memberdayakan keterlibatan politik melalui media sosial. Temuan kedua tentang membangun identitas dan pencitraan partai. Temuan ketiga tentang adanya perbedaan perilaku pengguna media sosial dalam stratifikasi politik yang terdapat di masyarakat.

Inovasi Konten dan Pendekatan Kreatif dalam Penyampaian Pesan

Dalam era digital yang serba cepat, persaingan untuk menarik perhatian publik semakin ketat. Hal ini mendorong para pelaku politik, termasuk PDIP, untuk berinovasi dalam konten dan menggunakan pendekatan kreatif dalam penyampaian pesan politik.

PDIP memanfaatkan konten visual yang menarik, seperti video pendek di platform TikTok dan Instagram Reels, untuk menyampaikan pesan politik, program partai, dan kegiatan partai. Video-video ini dikemas dengan gaya kreatif dan menarik, diiringi musik populer dan tren viral, sehingga mudah diakses dan dipahami oleh generasi muda. Selain itu, PDIP menggunakan infografis dan meme untuk menyajikan informasi politik dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diingat. Infografis yang informatif dan visual yang menarik membantu menyampaikan pesan politik secara efektif, sementara meme yang lucu dan relevan dapat meningkatkan perhatian publik dan engagement.

Pendekatan personal juga diterapkan melalui live streaming, tetapi tidak melalui platform video pendek seperti TikTok atau Instagram Reels. PDIP lebih sering menggunakan platform seperti Facebook Live, Instagram Live, dan YouTube Live untuk berbagi konten yang lebih serius dan informatif. Mereka menayangkan pidato dan sambutan para pemimpin partai, seperti Ketua Umum Megawati Soekarnoputri atau Sekjen Hasto Kristiyanto. Diskusi panel tentang isu politik juga sering diadakan, melibatkan para ahli dan tokoh politik untuk membahas isu-isu terkini. Kunjungan ke daerah dan kegiatan sosial, seperti acara bakti sosial atau pertemuan dengan kader, juga ditayangkan secara live. Selain itu, acara peluncuran program partai, seperti program bantuan sosial atau program ekonomi, disiarkan melalui live streaming. Platform live streaming video pendek seperti TikTok dan Instagram Reels mungkin kurang cocok untuk konten-konten serius dan informatif seperti yang biasanya dibagikan oleh PDIP. Ini menciptakan kesan personal dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemilih. Konten interaktif seperti kuis, polling, dan tantangan online juga digunakan untuk menarik perhatian pengguna dan mendorong interaksi, membantu PDIP memahami preferensi dan aspirasi pemilih. PDIP juga memanfaatkan influencer di media sosial untuk menyebarkan pesan politik mereka, bekerja sama dengan influencer yang memiliki basis pengikut besar dan relevan. Ini membantu PDIP menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas pesan politik. Dalam menanggapi kritik dan kontroversi, PDIP menggunakan humor dan sarkasme, membuat meme atau video lucu yang menyindir pihak lawan atau isu yang diperdebatkan, untuk meredakan ketegangan dan menarik perhatian publik. Terakhir, PDIP berusaha mengikuti tren media sosial

terbaru, menggunakan filter, efek, dan fitur baru untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan. Dengan inovasi konten dan pendekatan kreatif ini, PDIP berupaya menjangkau audiens yang lebih luas, membangun citra positif, dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Strategi yang dianggap paling berhasil oleh PDIP adalah pemanfaatan konten visual yang menarik, terutama melalui video pendek. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau generasi muda, karena video yang kreatif dan menghibur dapat menyampaikan pesan politik dengan cara yang mudah dipahami dan diingat. Interaksi langsung melalui live streaming juga menjadi strategi sukses, menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pemilih. Kolaborasi dengan influencer meningkatkan kredibilitas dan jangkauan pesan politik, memungkinkan PDIP untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kombinasi semua strategi ini membantu PDIP dalam membangun citra positif dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Dalam perbandingan dengan partai lain, strategi PDIP memiliki beberapa perbedaan signifikan. PDIP secara aktif menggunakan platform populer seperti TikTok dan Instagram Reels untuk menyampaikan pesan politik melalui video pendek yang menarik, sementara banyak partai lain masih mengandalkan format tradisional seperti poster atau iklan televisi. Pendekatan interaksi langsung melalui live streaming memberi kesan keterlibatan yang lebih personal, dan konten interaktif seperti kuis dan polling meningkatkan engagement dengan audiens. Kolaborasi dengan influencer media sosial juga menjadi fokus utama PDIP, memperluas jangkauan pesan politik mereka. Dalam menanggapi kritik, penggunaan humor dan sarkasme menunjukkan pendekatan yang lebih ringan, membuat PDIP lebih relatable di mata publik. PDIP juga menunjukkan kemampuan untuk cepat mengikuti tren media sosial terbaru, menggunakan fitur baru untuk menciptakan konten yang relevan. Secara keseluruhan, strategi PDIP yang lebih dinamis dan kreatif memberikan keunggulan dalam menjangkau audiens yang lebih muda dan meningkatkan keterlibatan publik dibandingkan dengan banyak partai lain yang masih menggunakan metode komunikasi tradisional.

Studi kasus keberhasilan strategi media sosial PDIP dapat dilihat dari beberapa aspek yang menunjukkan dampak positif terhadap citra partai dan keterlibatan publik. Pada pemilihan umum terakhir, PDIP berhasil memanfaatkan media sosial untuk memperkuat kampanye mereka. Dengan memproduksi konten video yang menarik, PDIP mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Konten ini mencakup penjelasan program partai, visi dan misi, serta aktivitas kader di lapangan, yang meningkatkan jumlah pemilih muda dibandingkan pemilu sebelumnya. PDIP telah menunjukkan keberhasilan dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan politik mereka. Beberapa contoh studi kasus keberhasilan strategi media sosial PDIP terlihat dalam jurnal *Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus PDI-P Dan PSI* (Andriana, 2022). Pada Pemilu 2019, PDIP menggunakan hashtag #PDIPMenang secara masif di berbagai platform media sosial untuk menggalang dukungan dan membangun semangat optimisme menjelang pemilihan. Hashtag ini menjadi tren di Twitter dan Instagram, dibagikan oleh para pendukung PDIP dan menjadi simbol kampanye mereka. Selain itu, PDIP mengadakan live streaming di Facebook dengan Sekjen Hasto Kristiyanto untuk membahas isu-isu politik terkini dan menjawab pertanyaan dari pemilih. Live streaming ini dipromosikan di akun Facebook resmi PDIP dan dibagikan oleh para pendukung.

Selain itu, PDIP menggunakan platform live streaming untuk mengadakan sesi tanya jawab dengan publik, menciptakan rasa kedekatan antara pemimpin partai dan pemilih. Kegiatan bakti sosial dan kunjungan ke daerah juga ditayangkan, menunjukkan kepedulian partai terhadap masyarakat dan

meningkatkan engagement. Kolaborasi dengan influencer media sosial menjadi strategi penting, memungkinkan PDIP untuk menyebarkan pesan politik lebih luas. Dalam menanggapi isu dan kritik, PDIP menunjukkan keberhasilan dengan cepat merespons menggunakan humor dan sarkasme, membuat mereka lebih relatable di mata publik.

PDIP juga menggunakan analisis data untuk memahami preferensi pemilih, memungkinkan mereka untuk terus berinovasi dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Secara keseluruhan, keberhasilan strategi media sosial PDIP terlihat dari peningkatan keterlibatan publik, penjangkauan audiens yang lebih luas, serta penguatan citra positif partai. Melalui penggunaan konten kreatif, interaksi langsung, kolaborasi dengan influencer, dan respons yang cepat terhadap isu, PDIP telah membuktikan bahwa media sosial adalah alat yang efektif dalam kampanye politik modern.

Perbandingan Efektivitas dengan Partai Politik Lain di Media Sosial

Membandingkan efektivitas strategi media sosial PDIP dengan partai politik lain di Indonesia adalah proses yang kompleks. Meskipun tidak ada data yang pasti dan terukur untuk menentukan partai mana yang paling efektif, analisis berdasarkan beberapa aspek menunjukkan bahwa PDIP memiliki beberapa keunggulan.

Pertama, dalam hal jangkauan dan pengaruh, PDIP telah menunjukkan jangkauan yang signifikan di media sosial dengan basis massa yang kuat. Penggunaan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube memperkuat pengaruh mereka dalam menyebarkan pesan politik dan program partai. Sementara itu, partai politik lain, seperti Partai Demokrat, Partai Golkar, dan Partai Gerindra, juga aktif di media sosial, tetapi tingkat popularitas dan pengaruh mereka bervariasi. Kedua, PDIP dikenal dengan strategi media sosial yang terstruktur dan terarah. Konten yang beragam—termasuk video pendek, infografis, meme, dan live streaming—digunakan untuk menarik perhatian publik dan membangun engagement. Di sisi lain, partai politik lain mungkin memiliki pendekatan yang berbeda, dengan beberapa lebih fokus pada penyebaran informasi dan berita, sementara yang lain menekankan interaksi dengan publik.

Dalam hal interaksi dan engagement, aktivitas PDIP melalui fitur tanya jawab, live streaming, dan konten interaktif menunjukkan usaha mereka untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih. PDIP responsif terhadap kritik dan pertanyaan, yang berkontribusi pada peningkatan engagement. Dalam hal ini, partai politik lain menunjukkan variasi dalam tingkat interaksi; beberapa mungkin lebih aktif, sementara yang lain cenderung pasif. Tantangan dalam memanfaatkan media sosial juga dihadapi oleh PDIP, termasuk penyebaran informasi hoax, serangan siber, dan kritik dari pihak lawan. Ini adalah masalah yang juga dihadapi oleh semua partai politik di Indonesia, yang perlu beradaptasi dengan tren media sosial yang terus berkembang dan menjaga kredibilitas informasi yang mereka sebar.

Studi kasus Perbandingan Strategi Kampanye Partai PDI-P Dan Partai Golkar Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019 (Sahati et al., 2022) membandingkan strategi media sosial PDIP dengan partai politik lain, yaitu Partai Golkar, dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Manado. Studi ini menggunakan metode kualitatif dan menunjukkan bahwa kedua partai memiliki strategi yang hampir sama, yaitu memaksimalkan peran struktur partai di tingkat daerah, menggunakan media sosial sebagai media kampanye, dan memasang baliho. Keduanya memanfaatkan platform seperti Twitter untuk menyampaikan kegiatan kampanye dan menunjukkan kepada masyarakat apa yang dilakukan oleh masing-masing partai. Akun media sosial digunakan oleh partai dan calon legislatif untuk menyampaikan visi-misi partai dan

untuk menambah kepercayaan masyarakat. Namun dalam hasil penelitian, meskipun strategi kampanye yang dilakukan hampir sama, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa PDI-Perjuangan lebih berhasil dibandingkan dengan Partai Golkar. PDI-Perjuangan memiliki keunggulan dalam basis pendukung yang lebih besar, terutama karena mereka mencalonkan kader untuk posisi presiden dan wakil presiden, serta mengangkat isu-isu utama seperti infrastruktur, sosial, dan ekonomi dalam kampanye mereka (Sahati et al., 2022). Sementara itu, Partai Golkar mengangkat isu demokratisasi dan isu-isu lokal sesuai dengan keadaan di daerah pemilihan (Sahati et al., 2022)

Selain perbandingan dengan Partai Golkar, perbandingan strategi media sosial antara PDIP dan Partai Demokrat juga menunjukkan beberapa perbedaan penting yang mencerminkan pendekatan masing-masing partai dalam berkomunikasi dengan publik. PDIP dan Partai Demokrat memiliki pendekatan yang berbeda dalam media sosial. PDIP menampilkan konten yang lebih beragam, menggunakan video, meme, dan live streaming untuk menarik perhatian dan mendorong interaksi yang aktif. Sementara itu, Partai Demokrat lebih mengedepankan gaya formal, dengan fokus pada informasi dan berita mengenai kegiatan partai. Dalam hal interaksi, PDIP sangat proaktif dengan fitur tanya jawab, live streaming, dan konten interaktif, yang membantu membangun hubungan personal dengan pemilih. Di sisi lain, meskipun Partai Demokrat juga berusaha untuk berinteraksi, mereka kurang aktif dalam live streaming dan menjawab pertanyaan secara langsung. PDIP juga secara aktif menggandeng influencer, khususnya untuk menarik perhatian generasi muda, guna meningkatkan visibilitas partai. Sebaliknya, Partai Demokrat lebih mengandalkan citra pemimpin dan aktivitas partai itu sendiri. Dalam tema dan narasi, PDIP menekankan program sosial dan kepentingan rakyat dengan pendekatan yang positif. Sementara itu, Partai Demokrat cenderung fokus pada isu pemerintahan, demokrasi, dan reformasi, sering kali dengan mengkritik kebijakan pemerintah.

Kedua partai aktif di berbagai platform media sosial, tetapi PDIP tampaknya lebih terintegrasi dalam penggunaannya, mencakup Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Partai Demokrat juga menggunakan berbagai platform, tetapi bisa jadi lebih dominan di Facebook dan Twitter, dengan pendekatan yang lebih informatif. Secara keseluruhan, efektivitas strategi media sosial PDIP dalam mempengaruhi opini publik tampak lebih tinggi dibandingkan dengan Partai Demokrat. PDIP berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, membangun interaksi yang lebih aktif, serta menggunakan influencer dengan efektif. Sementara itu, Partai Demokrat memiliki kekuatan dalam isu-isu pemerintahan, tetapi mungkin perlu meningkatkan strategi interaksi dan penggunaan platform untuk memaksimalkan pengaruh mereka terhadap opini publik.

Perbedaan ini mencerminkan strategi komunikasi dan audiens target masing-masing partai, menunjukkan bahwa meskipun keduanya beroperasi di ruang yang sama, pendekatan mereka dapat sangat berbeda dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan politik. Tidak ada data pasti yang menunjukkan efektivitas media sosial secara terukur, PDIP memiliki beberapa keunggulan dalam jangkauan, strategi konten, dan interaksi dengan pemilih dibandingkan dengan partai politik lain. Namun, perlu diingat bahwa analisis ini hanya memberikan gambaran umum. Penelitian lebih mendalam dan komprehensif diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai efektivitas strategi media sosial dari berbagai partai politik di Indonesia.

Media Sosial sebagai Alat Pemberdayaan dan Mobilisasi Pemilih

Media sosial telah menjadi platform penting dalam proses politik modern, memungkinkan partai

politik untuk berinteraksi dengan pemilih secara langsung dan mempengaruhi opini publik. Menurut Sitompul (2024) Media sosial berperan signifikan dalam pemberdayaan dan mobilisasi pemilih, terutama pemilih pemula, dalam konteks politik. Media sosial menyediakan platform bagi kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih, menyebarkan informasi, dan memobilisasi dukungan. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan pemilih muda, informasi politik menjadi lebih mudah diakses, meskipun ada tantangan seperti misinformasi dan polarisasi opini (Sitompul et al., 2024).

Dalam penelitian “Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada” (Andriyendi et al., 2023), media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik pemilih, terutama pemilih pemula. Hal ini disebabkan karena media sosial memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai pentingnya politik serta informasi terkait pilkada, seperti pasangan calon dan tata cara memilih. Semakin tinggi tingkat pemahaman politik, maka akan meningkatkan partisipasi dalam pemilu maupun pilkada (Andriyendi et al., 2023). Selain itu, media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah pengguna dalam memperoleh dan memberikan informasi secara cepat (Andriyendi et al., 2023). Berdasarkan informasi yang diberikan dalam penelitian ini, media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Media sosial berkontribusi sebesar 31% terhadap partisipasi politik, dan pemilih pemula cenderung mencari informasi tentang calon melalui platform tersebut. Meskipun ada pengaruh dari lingkungan seperti sekolah dan keluarga, media sosial lebih efektif dalam menarik minat pemilih pemula.

Media sosial memainkan peran penting dalam memobilisasi pemilih di Indonesia, dengan sejumlah contoh konkret yang menunjukkan dampaknya. Salah satunya adalah kampanye **#2019GantiPresiden**. Dilansir dari CNN Indonesia (Stefanie, 2018), aksi yang dipelopori oleh artis Neno Warisman dan Ahmad Dhani ini dapat memicu kebencian terhadap kepala negara, tetapi tidak menunjukkan dukungan jelas kepada calon presiden Prabowo Subianto. Menurut pengamat politik Wawan Masudi, gerakan ini tidak mengancam suara Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019 dan berbeda dari aksi protes biasa yang memiliki tuntutan jelas. Wawan juga mengingatkan bahwa kurangnya kejelasan dalam pesan yang disampaikan dapat menimbulkan reaksi negatif dari kelompok lain, dan menyarankan agar pendukung Jokowi tidak bereaksi berlebihan terhadap gerakan tersebut. Tagar ini dipromosikan melalui berbagai platform media sosial, termasuk Twitter dan Facebook, dengan konten yang mengkritik pemerintahan Joko Widodo dan mempromosikan Prabowo sebagai alternatif. Menurut detiknews (Ramadhanny, 2018) kampanye **#2019GantiPresiden** memang berhasil memobilisasi pemilih oposisi, terutama pendukung PKS dan Gerindra. Namun, meskipun berhasil dalam hal ini, kampanye ini memiliki beberapa kelemahan. Salah satunya adalah melupakan “*swing voter*” (pemilih yang belum menentukan pilihan) dan tidak efektif dalam meraih pemilih baru. Oleh karena itu, meskipun kampanye **#2019GantiPresiden** berhasil memobilisasi pemilih oposisi, keberhasilannya dalam memobilisasi pemilih secara keseluruhan masih perlu dikaji lebih lanjut. Pasalnya, kemenangan Pilpres 2019 tidak hanya ditentukan oleh konsolidasi kekuatan oposisi, tetapi juga kemampuan untuk meraih pemilih baru atau “*swing voter*”.

Partai politik juga sering menggunakan live streaming di platform seperti Facebook dan Instagram untuk berinteraksi langsung dengan pemilih. Melalui cara ini, mereka dapat menyampaikan pesan politik, menjawab pertanyaan, dan membangun hubungan personal dengan audiens. Selain itu, konten viral seperti meme, video lucu, dan tantangan sering dimanfaatkan oleh partai politik dan pendukung mereka untuk menyebarkan pesan politik dan menarik perhatian pemilih. Contoh-contoh ini menunjukkan bagaimana

media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk memobilisasi pemilih di Indonesia, memungkinkan partai politik, aktivis, dan warga negara untuk menyebarkan pesan, mengorganisir aksi, dan mempengaruhi opini publik.

Membandingkan efektivitas media sosial dan kampanye tatap muka, kedua metode ini memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dalam memobilisasi pemilih. Media sosial memungkinkan partai politik untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk pemilih muda yang aktif di platform ini. Kampanye di media sosial umumnya lebih murah dibandingkan dengan kampanye tatap muka, sehingga lebih efisien untuk menjangkau audiens yang luas. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung melalui fitur seperti live streaming, tanya jawab, dan komentar, serta penggunaan konten kreatif seperti video, infografis, dan meme. Namun, media sosial rentan terhadap penyebaran informasi hoax dan propaganda yang dapat mempengaruhi opini pemilih. Interaksi di media sosial mungkin tidak selalu mencerminkan dukungan yang kuat dan bisa bersifat superfisial, serta tidak efektif untuk menjangkau pemilih tua yang tidak aktif di media sosial. Di sisi lain, kampanye tatap muka memungkinkan partai politik membangun hubungan personal dengan pemilih, meningkatkan kepercayaan dan dukungan. Metode ini juga memungkinkan komunikasi langsung dan interaksi dua arah, membantu pemahaman terhadap kebutuhan dan aspirasi pemilih. Kampanye tatap muka dapat menjangkau pemilih yang tidak aktif di media sosial, seperti pemilih tua atau yang tinggal di daerah terpencil. Namun, kampanye tatap muka memerlukan biaya yang lebih tinggi dan memiliki jangkauan yang lebih terbatas dibandingkan dengan media sosial, serta kurang fleksibel dalam hal waktu dan tempat.

Baik media sosial maupun kampanye tatap muka memiliki peran penting dalam memobilisasi pemilih. Media sosial menawarkan jangkauan luas, biaya rendah, dan interaksi langsung, sementara kampanye tatap muka memungkinkan hubungan personal dan komunikasi langsung. Pilihan strategi terbaik tergantung pada target audiens, sumber daya, dan tujuan kampanye, dan partai politik yang efektif akan menggabungkan kedua metode ini untuk mencapai hasil yang optimal.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki dampak signifikan terhadap sosialisasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di Indonesia. PDIP berhasil memanfaatkan platform media sosial untuk membangun interaksi dengan pemilih, meningkatkan citra positif, dan mendorong partisipasi politik, terutama di kalangan pemilih muda. Meskipun terdapat tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan polarisasi opini, strategi komunikasi politik yang inovatif dan kolaborasi dengan influencer telah membantu PDIP dalam memperluas jangkauan pesan politik mereka. Keberhasilan ini terlihat dari peningkatan keterlibatan publik dan penguatan citra partai dibandingkan dengan partai politik lainnya.

Saran dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, partai politik, termasuk PDIP, perlu mendorong dialog yang konstruktif antara pemilih dengan berbagai pandangan politik untuk mengurangi polarisasi dan memperkuat demokrasi. Ini dapat dilakukan dengan membangun platform diskusi yang terbuka dan mempromosikan konten yang menampilkan berbagai perspektif. Selanjutnya, penting bagi PDIP untuk meningkatkan upaya dalam memverifikasi informasi yang disebarkan melalui media sosial. Hal ini dapat membantu mengurangi penyebaran misinformasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap partai. Selain itu, masyarakat juga perlu didorong untuk meningkatkan literasi digital mereka, sehingga dapat mengenali hoaks dan menghindari penyebaran konten yang tidak akurat. Ini

akan membantu menciptakan lingkungan informasi yang lebih sehat. PDIP juga harus menggunakan media sosial secara bertanggung jawab dengan fokus pada penyebaran informasi yang akurat dan membangun partisipasi politik yang lebih aktif dan inklusif. Terakhir, mengembangkan konten kreatif dan interaktif yang dapat menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda, menjadi sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan dan dukungan terhadap partai.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dalam sosialisasi politik memiliki dampak yang signifikan terhadap keterlibatan politik dan citra partai. Pertama, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun interaksi langsung antara partai dan pemilih, yang dapat meningkatkan partisipasi politik, terutama di kalangan pemilih muda. Kedua, penelitian ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi politik yang inovatif dan penggunaan konten kreatif untuk menarik perhatian pemilih dan membangun dukungan yang lebih luas.

Implikasi lain dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial oleh PDIP dapat menjadi model bagi partai politik lain dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan memanfaatkan platform-platform populer dan pendekatan interaktif, PDIP menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pemilih dan membangun citra positif. Hal ini menunjukkan bahwa partai politik perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perilaku pemilih yang semakin digital. Selain itu, tantangan yang dihadapi, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, menekankan pentingnya bagi semua partai untuk mengembangkan kebijakan yang mengedepankan verifikasi informasi dan edukasi kepada pemilih mengenai literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fatih, I. Z., Putera, R. A., & Umar, Z. H. (2024, Januari 3). Peran Algoritma Media Sosial dalam P an Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda opaganda Politik Digital Menjelang Pemilu. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, 7(1). <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=jkskn>
- Andriana, N. (2022). PANDANGAN PARTAI POLITIK TERHADAP MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU ALAT KOMUNIKASI POLITIK UNTUK MENDEKATI PEMILIH MUDA (GEN Y DAN Z): STUDI KASUS PDI-P DAN PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1). <https://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/1154/588>
- Andriyendi, D. O., S, N., & Dewi, S. F. (2023, Februari 26). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101-111. <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012, June). THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. : <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Boulianne, S. (2015, Maret 9). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas*

- Tulungagung, 9(1).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Fahrui, D., & Fahrudin, A. (2023, September). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118-132.
- Hollander, J. B. (2018). A Research Agenda for Shrinking Cities. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. *International Journal of Urban and Regional Research*, 42(6), 1156-1158.
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights*. DataReportal. Retrieved November 13, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- N, S. A. (2023, November 1). *Aktivitas Partai Politik di Media Sosial Jelang Pemilu 2024, Mulai dari Isu IKN Sampai Perubahan Iklim*. Universitas Gadjah Mada. Retrieved Desember 4, 2024, from <https://ugm.ac.id/id/berita/aktivitas-partai-politik-di-media-sosial-jelang-pemilu-2024-mulai-dari-isu-ikn-sampai-perubahan-iklim/>
- Ramadhanny, F. (2018, April 9). *Mencermati Kampanye '2019 Ganti Presiden' Baca artikel detiknews, "Mencermati Kampanye '2019 Ganti Presiden'"*. detiknews. Retrieved Desember 7, 2024, from <https://news.detik.com/kolom/d-3961188/mencermati-kampanye-2019-ganti-presiden>
- Sahati, K. J., Lopian, M. T., & Lengkong, J. P. (2022, Oktober). Perbandingan Strategi Kampanye Partai PDI-P Dan Partai Golkar Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2019. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 11(4). <https://doi.org/10.35797/jp.v11i3.46282>
- Sitompul, D. P., Sitorus, Y., Sibuea, E. G. B., & Elsi, S. D. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU PEMILIHPEMULA. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5). <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.888>
- Stefanie, C. (2018, August 28). *#2019GantiPresiden Bisa Jadi Gerakan Membenci Kepala Negara*. CNN Indonesia. Retrieved December 7, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180828093534-32-325410/2019gantipresiden-bisa-jadi-gerakan-membenci-kepala-negara>
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379-398. <https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/123/131>
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017, August 30). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>