

**OPTIMALISASI PERAN KIP DENGAN MEDIA SOSIAL DALAM  
MENINGKATKAN PARTISIPASI PUBLIK DAN PENYELENGGARA  
DALAM PEMILU 2024**

**<sup>1</sup>Armiadi, <sup>2</sup>Nurmayuli**

<sup>1</sup>balim.interprise21@gmail.com, <sup>2</sup>nurma.yuli@ar-raniry.ac.id

**<sup>1</sup>KNPI Lhokseumawe, Indonesia**

**<sup>2</sup>UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia**

**ABSTRAK**

The importance of fast and appropriate communication and information tools to overcome problems in the implementation of the 2024 elections, such as phenomena that occur in the community, the number of voters who choose not to exercise their right to vote; because they feel there is fraud in the election and the many hoax news about the election. So it requires counseling from the election independent commission (kip) as a delivery of accurate information, to avoid or anticipate the phenomenon with the use of social media. The purpose of this article is to provide information on the role of social media as a means of communication and information in order to increase the participation of organizers and the community (public) in the 2024 election. The results of the analysis show that kip as the organizing committee must

socialize and optimize information and finance. First, the high percentage of social media users in Indonesian society, second, social media is an easy and fast communication tool in delivering appropriate and accurate election socialization information. Third, as an antidote to hoax news about election socialization, and increase public participation and performance of KIP organizers (district, sub-district or village-level committees) in elections with active interaction on social media.

**Keywords:** Optimizing the Role of KIP, Social Media, Increasing Public Participation, and the 2024 Election.

### ABSTRAK

Pentingnya alat komunikasi dan informasi yang cepat dan tepat untuk mengatasi masalah dalam penyelenggaraan pemilu 2024, seperti fenomena yang terjadi ditengah masyarakat, banyaknya pemilih yang memilih tidak memakai hak memilihnya; dikarenakan merasa ada kecurangan dalam pemilu dan banyaknya berita hoax seputar pemilu. Sehingga membutuhkan penyuluhan berasal dari Komisi Indendenpen Pemilu (KIP) sebagai penyampaian informasi yang akurat, untuk menghindari atau mengantisipasi fenomena tersebut dengan penggunaan media sosial. Tujuan artikel ini ialah memberikan informasi bagaimana peran media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi dalam rangka peningkatan partisipasi penyelenggara dan masyarakat (publik) dalam pemilu 2024. Hasil analisis menunjukkan KIP sebagai panitia penyelenggara harus melakukan sosialisasi dan pengotimalan informasi dan keuangan. Hal itu memiliki alasan yaitu Pertama, persentase pengguna edia sosial yang tinggi di tengah masyarakat Indonesia, kedua, media sosial menjadi

alat komunikasi yang mudah dan cepat dalam penyampaian informasi sosialisasi Pemilu yang tepat dan akurat. Ketiga, sebagai penangkal berita hoax seputar sosialisasi Pemilu, dan meningkatkan partisipasi publik dan kinerja penyelenggara KIP (panitia tingkat kabupaten, kecamatan ataupun desa) dalam pemilu dengan adanya interaksi aktif dalam media sosial.

**Kata Kunci:** Optimalisasi Peran KIP, Media Sosial, Peningkatan Partisipasi Publik, dan Pemilu 2024

## PENDAHULUAN

Pesta demokrasi diwujudkan dalam bentuk pemilihan umum (Pemilu). Pemilihan umum (Pemilu) adalah proses memilih orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu (Susilo, 2019); (Islah et al., 2020); (*Sejarah Pemilu Di Indonesia – Bawaslu Kota Batam*, n.d.). Jabatan-jabatan politik tersebut beragam, mulai dari presiden, wakil rakyat mulai tingkat daerah pusat pemerintahan, sampai tingkat kepala desa. Secara lebih luas, Pemilu dapat diartikan proses mengisi jabatan-jabatan, dapat di ambil contoh pada organisasi sekolah/pelajar seperti ketua OSIS atau ketua kelas, walaupun penyebutan yang lebih sering dengan kata ‘pemilihan’.

Upaya pelaksanaan pemilu dengan mempengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) seperti melakukan kegiatan retorika, hubungan publik, komunikasi massa, lobi dan lain-lain kegiatan. Meskipun agitasi dan propaganda di negara demokrasi sangat dikecam, namun dalam kampanye pemilihan umum, teknik agitasi dan teknik propaganda banyak juga dipakai oleh para kandidat atau politikus sebagai komunikator politik.

Dalam UUD Pasal 22bE ayat 1 UUD NRI 1945 menyatakan, pemilihan umum dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil setiap lima tahun sekali. Sesuai ketentuan tersebut, “adil” merupakan salah satu asas penyelenggaraan pemilu. Oleh karena itu, asas tersebut haruslah menjiwai sistem pemilu yang

terdiri dari hukum pemilu (*electoral law*) maupun proses penyelenggaraan pemilu (*electoral process*) (Aris, 2018).

Adapun sasaran pemilu Pasal 27 ayat (1) UU Pilpres dan Pasal 19 ayat (1) UU Pemilu Legislatif berbunyi, “Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin mempunyai hak memilih”. Artinya umur yang di bolehkan pada saat pemilu 17 tahun ke atas (Kurniawan, 2018). Dimana usia 17 tahun ialah usia pemilih pemula yang masih berada di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Tentunya tidak memandang kondisi dan tepat tinggal, selagi seseorang tersebut masih warga negara Indonesia memiliki hak memilih walaupun dalam kondisi tubuh kurang sempurna.

Selain daripada peserta, pihak penyelenggara pemilu juga merupakan salah satu komponen penting seperti bunyi pada pasal Pasal 1 angka 2 UU 7/2017 menyatakan Penyelenggara dimaksud adalah pelaksanaan tahapan pemilu yang dilaksanakan oleh penyelenggara pemilu untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk di pemerintahan demi terwujudnya pemilu yang demokratis. Pemerintahan yang demokratis terwujud melalui peran serta dan partisipasi seluruh rakyat Indonesia (Khairi, 2017). Salah satu bentuk partisipasi rakyat dalam negara demokrasi adalah dengan menggunakan hak politiknya, yakni melalui penyelenggaraan pemilu yang demokratis, integritas, dan professional (Sosiawan & Wibowo, 2020).

Pemilu sendiri adalah Nomor 7 Tahun 2017 dan UU Nomor 10 Tahun 2016. Didalam kedua undang-undang tersebut diamanatkan bahwa tahun 2024 akan dilaksanakan Pemilu secara serentak dalam satu tahun yaitu pemilu Presiden, Pemilu Legislatif, dan Pemilihan Kepala Daerah. Kemudian dalam UU Nomor 32 tahun 2004 hanya mengenal satu bentuk kelembagaan dekonsentrasi di Provinsi, yaitu “Gubernur selaku Wakil Pemerintah”. Kemudian Pasal 5 (2) PP nomor 39 Tahun 2001 menegaskan bahwa “penyelenggaraan kewenangan bidang lain yang diterima oleh Gubernur,

pelaksanaannya dilakukan oleh suatu Unit Organisasi yang ada dalam Dinas Provinsi”. Selanjutnya dalam Pasal 5 (3) dinyatakan bahwa “dalam hal di Provinsi belum ada Dinas Provinsi yang tepat dan sesuai untuk menangani suatu bidang kewenangan yang dilimpahkan Gubernur dapat menugaskan Perangkat Daerah lainnya dan atau membentuk unit pelaksana secara khusus”(Lan, 1969).

Penyelenggaraan Pemilu di Aceh mengacu pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh pada Pasal 56 menyebutkan penyelenggaraan Pemilu di Aceh diselenggarakan oleh Komisi Independen Pemilu (KIP). Komisi Independen Pemilihan (KIP) adalah bagian dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggaraan Pemilihan Presiden/Wakil Presiden, Pemilihan Anggota DPR/DPRA/DPRK, serta Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) di Aceh. KIP hanya berada di Aceh, berbeda dengan di daerah lain di mana pemilihan diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD). Keberadaan KIP diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 tentang Pemerintahan Aceh, dan Qanun Aceh Nomor 6 tahun 2018 tentang perubahan atas Qanun Aceh Nomor 6 tahun 2016 tentang penyelenggara pemilihan umum dan pemilihan di Aceh, sedangkan teknis pelaksanaan lainnya dirinci dalam Qanun dan Peraturan KPU.

Dalam undang-undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh pada pasal 57, juga di ataur anggota KIP Aceh yaitu beranggotakan 7 orang sedangkan KIP Kabupaten/Kota beranggotakan 5 orang, diusulkan oleh DPR Aceh / DPRK kepada KPU RI, diseleksi oleh tim independen yang bersifat *ad hoc* (pentukan dengan tujuan Pemilu). Anggota KIP Aceh dan KIP Kabupaten/Kota yang telah ditetapkan oleh KPU RI, dilantik oleh Gubernur dan Bupati/Wali kota untuk menjabat selama lima tahun.

Dalam pelaksanaan pemilu tidak semudah yang dibayangkan walaupun tim penyelenggara sudah tersusun rapi dari pusat sampai ke TPS sekalipun. Fenomena yang terjadi ditengah masyarakat, banyaknya pemilih yang memilih tidak memakai hak memilihnya

(Akhrani et al., 2020); dikarenakan merasa ada kecurangan dalam pemilu (Kurniawan, 2018), dan banyaknya berita hoax seputar pemilu (Sosiawan & Wibowo, 2020). Hal tersebut membutuhkan penyuluhan atau penyampaian informasi yang akurat, untuk menghindari atau mengantisipasi fenomena tersebut.

Alat penyampai informasi yang cepat dan mudah ialah media sosial. Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasidengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual Nasrudin dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019), lebih sederhana, Kent menyebutkan, media sosial adalah segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dan umpan balik dua arah (Lubis et al., 2022). Beragam jenis platform media sosial yang tersedia saat ini antara lain WhatsApp, Instagram, Twitter, Tik Tok, Facebook, dan berbagai jenis media sosial lainnya menjadi sarana menyebarkan informasi.

Pesatnya peranan media sosial semakin meningkat pada masa pandemic covid 19 hingga sekarang. Salah satunya interaksi perekonomian dan perdagangan meningkat dengan bantuan media sosial (Pratiwi, 2020),(Viodita et al., 2022). Pentingnya alat komunikasi dan informasi yang cepat dan tepat untuk mengatasi masalah dalam penyelenggaraan Pemilu 2024 untuk itu, menjadikan media sosial menjadi salah satu alat komunikasi untuk mengatasi permasalahan dalam Pemilu. Tujuan artikel ini ialah memberikan informasi bagaimana peran media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi dalam rangka peningkatan partisipasi penyelenggra dan masyarakat (publik) dalam Pemilu 2024.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan *systematic literature review*, merujuk dari berbagai literatur mengenai peranan media sosial dalam meningkatkan partisipasi publik dan penyelenggara

pemilihan umum dengan mengeksplorasi dari berbagai bahan literatur, berupa studi kepustakaan (Muna Nabila, Lailatussaadah, n.d.)(Nurmayuli et al., 2022), dimana data yang didapat dari berbagai buku-buku, catatan, dan jurnal- jurnal terkait, kemudia semua data teori dianalisis sehingga menghasilkan teori atau temuan baru yang dapat menghasilkan teori atau ilmu yang mempertegas dalam membantu, penyelenggara (KIP), pengamat politik atau pengiat politik dalam mensukseskan Pemilu 2024.

## **PEMBAHASAN**

### **KIP Sebagai Garda Terdepan Dalam Pemilu**

Peran KIP dalam rangka mensukseskan Pemilu 2024 diantaranya; menginstruksikan KIP Kota/Kabupaten untuk lebih mengutamakan sosialisasi pesan damai, bekerjasama dengan Polda Aceh untuk mengajak petinggi-petinggi partai lokal di aceh untuk deklarasi Pemilu damai, (Suheri & Syam, 2019); memprioritaskan anggaran, menggalang stakeholder, dan membentuk kelompok Kerja (Fajrulfalah, 2018).

Perioritas anggaran dan menggalang stekholder sangat penting dilakukan KIP, agar peristiwa kurangnya partisipasi masyarakat tidak terulang lagi dikarenakan hal tersebut lalai dijalankan oleh KIP (Chairunnisa, 2016). Selain itu Anggota KIP harus memiliki motivasi kerja dalam menjalankan tugasnya, Terdapat Pengaruh secara simultan Rotasi kerja, Motivasi kerja dan Semangat kerja terhadap Kinerja pegawai KIP Aceh sebesar 52,8 %. Sementara sisanya dari peran variabel yang tidak diteliti sebesar 47,2 %. Nilai residu tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Kinerja pegawai KIP Aceh, seperti fasilitas kerja, konpensasi, pengembangan karir, Pendidikan, dan lain-lain (Saifuddin & Kamaruddin, 2022).

Seluruh Kinerja KIP sebagai garda terdepan dalam pemilu ini, harus dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Informasi yang interaktif dan cepat seperti sosial media, dapat digunakan panitia

KIP dalam menyebarkan informasi penting permasalahan Pemilu agar seluruh masyarakat dapat mendapatkan informasi dengan cepat, mempermudah komunikasi dua arah antara panitia KIP dengan masyarakat luas dalam media sosial tersebut. Tentunya banyak alasan mengapa media sosial sangat dibutuhkan perannya dalam membantu penyelenggara dalam penyebaran informasi.

### **Persentase Pengguna Media Sosial Yang Tinggi**

Pesatnya teknologi dan modernisasi, mengubah kebiasaan dan kebudayaan manusia. Aktivitas manusia dijamin sekarang sudah banyak di pengaruhi teknologi, hampir semua dimulai usia kanak-kanak sampai orang tua sudah menggunakan alat komunikasi smart hanphon, dimana didalamnya menggunakan aplikasi media sosial. Hasil survei lapangan yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesi (APJII, 2012) dalam (Soliha, 2015) menyatakan, pengguna internet dengan intensitas tinggi ialah mereka yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin sering pula intensitas untuk mengakses internet. Banyak kalangan intelektual menggunakan internet baik website, youtube atau aplikasi media sosial lainnya. Sehingga merubah aktivitas atau cara kita berinteraksi sosial di tengah masyarakat.

Fakta menyebutkan, Wearesocial Hootsuit dalam laporan riset yang dirilisnya pada Januari 2019 mengungkapkan pengguna media internet di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% total populasi. Angka ini meningkat dari tahun sebelumnya yang berjumlah 143 juta pengguna (Ricko & Junaidi, 2019). Kemudian surve yang dilakukan (APJII), yang melibatkan 5.900 sampel dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264 juta orang, sebanyak 171 juta jiwa atau sekitar 64.8% merupakan pengguna Internet. Angka ini menunjukkan terjadi peningkatan penetrasi pengguna Internet dari tahun 2017 sebesar 9.94% atau sebesar 54.68% (Masril & Lubis, 2020). Terkhusus penggunaan berbagai

aplikasi media sosial menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Instagram 82,3% yang paling tinggi diantara aplikasi yang lainnya selanjutnya WhatsApp sebanyak 65,8%, Youtube 47,1%, Facebook dan Twitter 37,6%, sedangkan sisanya Line dan Telegram 2,3% (Lubis et al., 2022).

Dapat di simpulkan 64.8% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet dan penggunaan tertinggi media sosial tertinggi pada aplikasi Instagram. Menunjukkan bahwa pengguna media sosial sudah menjadi aktivitas sehari-hari peradapan manusia sekarang. Sehingga memberikan sinyal kepada semua ketika menjalankan aktivitas untuk menggunakan cara dimana setiap orang dapat berinteraksi sosial dengan menggunakan internet terkhusus media sosial, disamping interaksi secara langsung tetap dilakukan sebagai daya pendukung.

### **Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi dan Informasi Yang Murah Dan Mudah**

Media sosial memiliki ciri dan karakteristik masing-masing dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang luas dan beragam. Kemajuan teknologi yang pesat dan terus berkembang pun turut mendukung pemenuhan kebutuhan akan informasi dan komunikasi yang pada akhirnya melahirkan sebuah media sosial. Jangkauan yang semakin luas, dengan kemudahan dan murahannya akses membuat pengguna internet meningkat pesat. Informasi pun dapat diakses dengan mudah, cepat, dan murah oleh siapapun yang memiliki jaringan kapan pun dan dimana pun. Media sosial menjadi media komunikasi yang diandalkan bahkan digandrungi oleh masyarakat (Ricko & Junaidi, 2019).

Salah satu media sosial yang paling banyak di akses ialah instagram, sebagai kelebihan instagram yaitu karena jumlah penggunaanya yang sangat banyak dan terus meningkat, sehingga memudahkan tersebarnya pesan (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Instagram sebagai media promosi yang aktif, dengan alasan bahwa

instagram memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat terhadap penginformasian yaitu dengan cara mengunggah foto ataupun video informasi ke akun instagram, kemudian foto tersebut dilihat oleh publik sehingga tersampailah informasi secara maksimal. Namun bukan berarti hanya Instagram media sosial yang digunakan, akan tetapi dapat menggunakan seluruh media sosial agar mencangkau seluruh masyarakat atau publik. Hal tersebut membuktikan adanya faktor yang mempengaruhi partisipasi pada pemilihan Bupati /wakil Bupati Kabupaten 2018 salah satunya adalah stimulan partisipasi melalui sosialisasi media massa dan diskusi-diskusi informal (Suhardi et al., 2019).

Penyebaran mengenai sosialisasi dan informasi tahapan penyelenggaraan tahapan Pemilu baik yang dilakukan Komisi Pemilihan umum Kabupaten maupun Bawaslu Kabupaten dan diikuti di tingkat kecamatan dengan mengimplementasikan penggunaan media sosialnya, panitia pemilu dapat menggunakan berbagai media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook dan tiktok, media sosial tersebut aktif dikelola untuk memposting setiap tahapan pemilu mulai dari perekturan penyelenggara pemilu tingkat Desa maupun aktifitas kepemiluan lainnya.

Hal tersebut akan memudahkan penyelenggara pusat untuk melakukan proses penginformasian untuk membuat penyeleksian tim penyelenggara pada tingkat bawah atau desa. Informasi akan cepat dan mudah didapat bagi siapa saja yang ingin ikut berpartisipasi mensukseskan Pemilu dengan menjadi salah satu tim penyelenggara di tingkat kabupaten, kecamatan ataupun desa.

Pada tingkat partisipasi menengah, kelompok milineal, dalam hal ini bisa di katagorikan pemilih pemula sampai pada usia dewasa (usia produktif) menganggap bahwa bagaimanapun konten media sosial terkait dengan penyelenggaraan pemilu dapat dilihat pada dua sisi (Lubis et al., 2022). *Pertama*, konten memberikan banyak pengetahuan tentang Pemilu baik informasi untuk kepanitiaan penyelenggara tingkat bawah ataupun konten tentang profil pasangan

calon sendiri, kinerjanya serta visi-misinya ke depan. Konten ini paling tidak dapat menjadi semacam pengantar bagi generasi milineal untuk mengenali para calon yang bertarung dalam kontestasi pilkada. *Kedua*, konten media sosial dapat membawa dampak negatif seperti adanya unsur SARA yang diangkat. Akan tetapi hal negatif tersebut dapat di minimalisir dengan penegasan pihak penyelenggara Pemilu situs media sosial yang resmi hanya di keluarkan media sosial milik organisasi penyelenggara. Media sosial juga menjadi sumber informasi dan motivasi untuk menjadi bagian dalam penyelenggaraan pemilu tahun 2024 bagi anak muda (Sokid, 2023).

Dan hal negatif dampak media sosial dapat di atasi dengan kemampuan literasi publik yang semakin meningkat, dapat membedakan mana yang benar, atau mana yang hoax. Pendapat informan ini tentunya sejalan dengan Almond dan Verba (1984) tentang melihat adanya bentuk orientasi tertentu dalam budaya politik baik pada tingkat kognitif, afeksi maupun evaluasi dalam melihat konten-konten yang ada pada media sosial berbasis online. Menjadikan media sosial menjadi tempat pusat informasi yang akurat. Sebagai bukti karakteristik pemilih pemula di Kabupaten Bogor didominasi wanita, pendidikan SLTA, tidak berpartisipasi pada organisasi, akan tetapi Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan sebagai akses berita politik (Jayawinangun & Nugroho, 2019).

### **Media Soasial Sebagai Penangkal Berita Hoax**

Penyebaran hoax merupakan perilaku seseorang yang dapat ditinjau menggunakan Social Learning Theory atau biasa disebut teori pembelajaran sosial. Bandura, memecah faktor perilaku menjadi tiga pengaruh (Bandura, 1977). Faktor pertama adalah konsep diri, yaitu pemahaman individu atas diri sendiri berdasarkan interaksi sosial dan pengalaman hidupnya, yang meliputi aspek sosial, psikologis dan fisik. Faktor kedua adalah lingkungan, yaitu

lingkungan dapat memicu individu terpengaruhi sehingga melakukan sikap tertentu. Faktor ketiga adalah perilaku, yaitu sikap untuk membuat tanggapan secara konstan terhadap tujuan maupun suatu kondisi lingkungan sosial secara positif atau negatif (Lubis et al., 2022).

Berita hoax bisa saja tumbuh di tengah-tengah masyarakat atau publik, seiring perkembangan dan pergerakan interaksi manusia yang, dimana masing-masing individu punya kepentingan dan tujuan hidup yang ingin di capai. Akan tetapi, untuk pencapaian itu ada individu yang menempuh dengancara negatif, salah satunya menyebarkan berita hoax untuk menjatuhkan lawan atau menarik simpati masyarakat terhadap dirinya.

Maraknya penggunaan media sosial dan juga murahnya biaya akses selanjutnya menempatkan generasi milineal dengan mudah pada dua posisi sesuai pilihan masing-masing yaitu sebagai pengguna (*user*) media sosial dan pada posisi yang lain sebagai pembuat konten berita (*creator*), informasi atau konten media tersebut. Konten media sosial yang kita dengar saat ini bisa saja memuat berita bohong (*hoax*), ujaran kebencian (*hate speech*); mengandung unsur negatif seperti pornografi, provokasi sara, penyebaran paham-paham radikalisme, perjudian sampai pada hal prositutisi. Dalam konteks penyelenggaraan pemilu, konten media sosial dijadikan tempat penyebaran berita kampanye para calon wakil rakyat akan tetapi sangat disayangkan, terkadang mengandung kampanye hitam maupun kampanye negatif terhadap kandidat tertentu.

Akan tetapi, media sosial yang dijadikan pusat informasi bisa saja terjangkit dengan berita hoax, akan tetapi apabila tingginya tingkat literasi media masing-masing individu akan semakin tinggi kesadaran mengenai perilaku penyebaran hoax (Lubis et al., 2022). Literasi media dapat berperan sebagai alat untuk menanggulangi penyakit yang disebut penyebaran hoax dan *Hate Speech*. Konsep utama dari literasi media adalah memilih informasi yang diperlukan,

mengidentifikasi informasi, dan mengevaluasi. Melalui literasi media maka segala informasi yang hendak diterima akan dipilih dan dievaluasi (Anjali, 2017). Sehingga sebaran hoax akan teratasi dengan media tersebut juga. Dengan menampilkan fakta yang lebih akurat dan tentunya dibarengi ketegasan bahwa berita resmi hanya ada dalam akun media sosial yang digunakan secara resmi.

### **Media Sosial Meningkatkan Partisipasi Publik Dan Penyelenggara Dalam Pemilu**

Media sosial berbasis internet yang sering digunakan dan melekat pada kehidupan generasi ini. Pengaksesan yang dirasa mudah dan murah dapat diakses melalui telepon genggam dengan fasilitas android. Pada satu sisi dapat dimanfaatkan secara positif oleh generasi milineal dalam mengembangkan pengetahuan dan kapabilitasnya pada berbagai sektor kehidupan dan pada sisi yang lain dapat memberikan dampak negatif ketika konten yang ditampilkan tidak mendidik atau memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat.

Penting sekali memberikan sosialisasi bagi peserta pemilih pemula yang tergolong generasi melenial. Dengan fenomena, generasi milineal saat ini tidak bisa dilepaskan dari media sosial, konten media sosial memberikan pengetahuan politik tentang profil calon dalam kontentasi pemilu, konten media sosial memberikan pendidikan politik baik terkait dengan teknis pelaksanaan pemilu dan juga visi-misi para kandidat, serta, generasi milenial memiliki komunitas yang menjadi wadah untuk berdiskusi terkait konten media sosial itu (Komariah & Kartini, 2019).

Intensitas konsumsi media tinggi, memiliki pengaruh yang cukup kuat dan signifikan terhadap rendahnya *political trust* pemilih pemula. Akan tetapi, *political trust* pemilih pemula masih tergolong rendah, dengan kata lain sikap apatis politik ini tidak sepenuhnya terwujud dalam aspek kognitif mereka. Hal tersebut dibuktikan dengan fenomena pemilih pemula masih merasa peduli dan ingin

turun tangan langsung untuk melakukan perubahan dalam ranah politik di Indonesia sebagai bentuk partisipasi (Husna, 2019).

Kemudian bagi Tim Penyelenggara yang baru ikut bergabung dengan tim pusat dalam rangka menyukseskan pemilu, media sosial juga menjadi bahan informasi yang sangat penting dalam menjalani aktifitasnya sebagai penyelenggara pemilu, karena media sosial menjadi salah satu media komunikasi dan sosialisasi pekerjaan yang dijalankan atau diamahkan baik penyelenggara pemilu tingkat Desa dan kecamatan maupun sebagai peserta pemilu untuk mensukseskan agenda pemilihannya pada tahun 2024 untuk meraih suara dan memenangkan kompetisi pemilu tahun 2024 (Sokid, 2023). Menunjukkan dan membuktikan bahwa selayaknya penggunaan media sosial yang intens cenderung berpartisipasi secara politik dengan memanfaatkan media sosial menjadi katalisator untuk berpartisipasi dalam politik (Komariah & Kartini, 2019). Bisa dikatakan, perilaku sosial dipengaruhi karena keberadaan media digital dalam hal ini media sosial (Cahyono, 2022).

Kemudian hal yang menarik, media sosial dapat meningkatkan partisipasi disebabkan adanya faktor komunikasi modrenisasi dan pengaruh kaum intelektual dalam bermedia sosial (Arumsari et al., 2020). Komunikasi dalam era modrenisasi ini, sangat berdampak terhadap partisipasi masyarakat dimana, dengan alat komunikasi yang dimiliki setiap orang/individu dapat saling mempengaruhi untuk mau ikut andil dalam pemungutan suara dalam Pemilu, hal tersebut dapat meminimalisir adanya *golput* dalam pemilu. Media saat ini dapat membuat informasi positif dengan membuat edukasi yang dapat dipahami semua kalangan pentingnya mengikuti Pemilu dalam pemilihan wakil rakyat.

Selanjutnya, kaum intelektual juga memiliki andil dalam mempengaruhi masyarakat dalam melakukan tindakan. Kaum intelektual yang di percayai publik, sebagai orang yang terhormat dengan memiliki ilmu yang mumpuni sehingga memperoleh

kepercayaan masyarakat/publik atas ide atau gagasan yang disampaikan secara lisan ataupun tulisan. Sebagai contoh ustadz atau kiai sebagai elit politik aktif dalam kepemimpinan partai politik dan mobilisasi massa dan mediator politik menjadi penengah dalam konflik politik (Nurhadi & Sunarso, 2018).

## **KESIMPULAN**

Panitia kip sebagai garda terdepan dalam penyuksesan pemilu 2024 diantaranya sosialisasi pesan damai, bekerjasama dengan polda aceh untuk mengajak petinggi-petinggi partai lokal di aceh untuk deklarasi pemilu damai, memprioritaskan anggaran, menggalang stakeholder, dan membentuk kelompok kerja, kemudian penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi interaktif yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat/publik sangat bermanfaat dijadikan alat penyampaian informasi terkait Pemilu dalam rangka menyambut pesta demokrasi pada tahun 2024 mendatang. Peranan media sosial ini memiliki alasan; *Pertama*, persentase pengguna media sosial yang tinggi di tengah masyarakat Indonesia mencapai 64.8% sehingga menjadi sebagai fenomena dalam interaksi sosial. *Kedua*, media sosial menjadi alat komunikasi yang mudah dan cepat dalam penyampaian informasi sosialisasi Pemilu yang tepat dan akurat. *Ketiga*, sebagai penangkal berita hoax seputar sosialisasi Pemilu, dan *Keempat*, meningkatkan partisipasi publik dan kinerja penyelenggara KIP yang meliputi panitia tingkat kabupaten, kecamatan ataupun desa dalam pemilu dengan adanya interaksi aktif dalam media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhrani, L. A., Herani, I., Pohan, I. A., & Alhad, M. A. (2020). Kekacauan Pemilu 2019: Fenomena Firehose of falsehood dalam Relasi Sikap terhadap HOAX dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Komisi Pemilihan Umum. *Jurnal Transformative*, 6(1), 1–27. <https://doi.org/10.21776/UB.TRANSFORMATIVE.2020.006.01.1>
- Anjali, M. E. C. (2017). *LITERASI MEDIA SEBAGAI ALAT MENCEGAH PENYEBARAN HOAX DAN HATE SPEECH DI MEDIA SOSIAL*.
- Aris, M. S. (2018). Penataan Sistem Pemilihan Umum yang Berkeadilan untuk Penguatan Sistem Presidensiil Di Indonesia. *Yuridika*, 33(2), 290. <https://doi.org/10.20473/YDK.V33I2.7379>
- Arumsari, N., Septina, W. E., & Saputro, I. H. (2020). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN*, 5(1), 12–16. <https://doi.org/10.15294/HARMONY.V5I1.40271>
- Cahyono, C. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Digital dan Peran Keluarga Terhadap Perilaku Sosial Para Remaja. *Jurnal Inovasi Pendidikan MH Thamrin*, 6(1), 114–124. <https://doi.org/10.37012/JIPMHT.V6I1.769>
- Chairunnisa, I. (2016). *PERAN KOMISI INDEPENDEN PEMILIHAN KOTA BANDA ACEH DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT TERHADAP PILPRES TAHUN 2014 DI KOTA BANDA ACEH*.
- Fajrulfalah, F. (2018). *Peran Komisi Independen Pemilihan (KIP) dalam Penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Aceh Barat Tahun 2017*.

- Husna, A. (2019). APATISME POLITIK PEMILIH PEMULA DAN PAPARAN DRAMA KASUS KORUPSI DI LAYAR KACA. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2). <https://doi.org/10.35308/SOURCE.V4I2.923>
- Islah, K., Juardi, J., & Nasim, E. S. (2020). Sosialisasi Pemilu 2019 Untuk Pemilih Pemula Kota Depok. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 46–50. <https://doi.org/10.31334/JKS.V3I1.969>
- Jayawinangun, R., & Nugroho, D. R. (2019). Segmentasi Pemilih Pemula berdasarkan Akses Berita Politik Melalui Media Sosial di Kabupaten Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 157–164. <https://doi.org/10.46937/17201926845>
- Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *ARISTO*, 7(2), 228–248. <https://doi.org/10.24269/ARS.V7I2.1608>
- Kurniawan, D. (2018). DILEMATIKA KEWENANGAN KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENYELENGGARAKAN PILKADA DAN PEMILU MENURUT UNDANG - UNDANG DASAR 1945. *Nurani Hukum*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.51825/NHK.V1I1.4816>
- Lan, T. P. A. I. (1969). KEWENANGAN DEKONSENTRASI DALAM PENYELENGGARAAN OTONOMI DAERAH DAN PERMASALAHAN PENYELENGGARAANYA\* DI DAERAH. *Jurnal Borneo Administrator*, 4(1). <https://doi.org/10.24258/JBA.V4I1.23>
- Lubis, L., Ridwan, R., Saleh, A., & Furbani, W. (2022). Literasi Komunikasi Warganet Generasi Milenial Di Media Sosial (Studi Kasus Warganet Di Kota Mataram). *Jurnal Ilmu Perpustakaan (Jiper)*, 4(1), 142–159. <https://doi.org/10.31764/jiper.v4i1.8695>
- Masril, M., & Lubis, F. W. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoax Di Kota Medan. *JURNAL SIMBOLIKA*

- Research and Learning in Communication Study*, 6(1), 11–22.  
<https://doi.org/10.31289/SIMBOLLIKA.V6I1.2937>
- Muna Nabila, Lailatussaadah, N. (n.d.). *View of Implementasi Sistem Informasi Manajemen dalam Penginventarisasian Sarana dan Prasarana Pendidikan di MTSN 4 Aceh Besar*. Retrieved June 20, 2023, from <https://journal.yayasanputroeceudahatjeh.com/index.php/ceudahjournal/article/view/26/5>
- Nurhadi, N., & Sunarso, S. (2018). PERAN KIAI DALAM MEMBANGUN PARTISIPASI PEMILIH. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(2), 169.  
<https://doi.org/10.17977/UM019V3I2P169-175>
- Nurmayuli, N., Patriza, M., & Ulandari, S. (2022). STRATEGI SUPERVISI PENDIDIKAN DI SEKOLAH DAN MADRASAH (Educational Supervisions strategy In Schools and Madrasah). *Proceedings : INTERNATIONAL CONFERENCE ON ISLAMIC CIVILIZATION (ICONIC)*, 3(3), 110–119.  
<https://www.journal.ar-raniry.ac.id/index.php/iconic/article/view/2683>
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81.  
<https://doi.org/10.47532/JIS.V3I2.179>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.  
<https://doi.org/10.24912/PR.V3I1.6245>
- Saifuddin, S., & Kamaruddin, K. (2022). PENGARUH ROTASI KERJA, MOTIVASI KERJA DAN SEMANGAT KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI KOMISI INDEPENDEN PEMILIHAN (KIP)

- ACEH. *IndOmera*, 2(4).  
<https://doi.org/10.55178/IDM.V2I4.220>
- Sejarah Pemilu di Indonesia – Bawaslu Kota Batam*. (n.d.). Retrieved June 3, 2023, from <https://batamkota.bawaslu.go.id/sejarah-pemilu-di-indonesia/>
- Sokid. (2023). Media Sosial Dan Partisipasi Politik Pemuda Dalam Pelaksanaan Tahapan Pemilu 2024 ( Studi Kasus Kecamatan Susukan ) | Journal of Comprehensive Science (JCS). *JSC: Journal Of Comprehensive Science*, 2(5), 1350–1355. <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/354>
- Soliha, S. F. (2015). TINGKAT KETERGANTUNGAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL DAN KECEMASAN SOSIAL. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/INTERAKSI.4.1.1-10>
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2020). Kontestasi Berita Hoax Pemilu Presiden Tahun 2019 di Media Daring dan Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 133. <https://doi.org/10.31315/JIK.V17I2.3695>
- Suhardi, S., Nasution, M. A., & Kusmanto, H. (2019). Partisipasi Pemilih dalam Pemilihan Umum Bupati/Wakil Bupati Langkat Tahun 2018. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 11(2), 344. <https://doi.org/10.24114/JUPIIS.V11I2.12359>
- Suheri, M., & Syam, M. (2019). UPAYA KOMISI INDEPENDEN PEMILIHAN (KIP) ACEH DALAM MENSOSIALISASIKAN PESAN DAMAI “PILIHAN BOLEH BEDA GEUTANYOE MEUSYEDARA” UNTUK MENYUKSESKAN PILKADA ACEH 2017.
- Susilo, C. (2019). DARI AKSI HINGGA PESTA DEMOKRASI: DINAMIKA PARTAI RAKYAT DEMOKRATIK MENUJU PEMILU (1996-1999). *FACTUM: Jurnal Sejarah Dan Pendidikan Sejarah*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.17509/FACTUM.V8I1.20103>

Viodita, M., Candraningrat, C., & Mujanah, S. (2022). Strategi Marketing Melalui Store Atmosfer dan Media Sosial Di Rumah Batik Tresna Art. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 265–276. <https://doi.org/10.36312/LINOV.V7I2.714>

.