



Sosialisasi Media Sosial sebagai Perangkat Kampanye Digital kepada Pemilih Pemula dalam Tahapan Pelaksanaan Pilkada Kabupaten Merauke Tahun 2024

Umiyati Haris¹, Aenal Fuad Adam², Eko Rachmat Saputro³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Politik Universitas Musamus Merauke

E-mail: eko.saputro@unmus.ac.id

Received: 06-03-2025

Accepted: 16-05-2025

Published: 01-06-2025

Abstract

This article discusses the role of social media socialization as a digital campaign tool aimed at novice voters in the context of the implementation stages of the 2024 Merauke Regency Regional Elections. Generation Z as a novice voter has characteristics that are very close to digital technology and social media, making this social media platform something strategic to convey political messages effectively. This study uses survey-based data collection and the implementation of focus group discussions (FGDs) involving novice voters in Merauke Regency. The results of the activity show that socialization that is packaged in an interactive and data-based manner is able to increase political literacy, understanding of the election process, and critical awareness of digital campaign content. These findings explain that social media is not only a communication tool, but also a relevant political education medium for the younger generation. Therefore, this approach is worthy of being used as a sustainable strategy in order to strengthen local political and democratic participation in the digital era, especially for novice voters in Merauke Regency.

Keywords: *Political socialization, social media, digital campaigns, novice voters, Merauke Regional Elections 2024, political literacy, digital democracy*

Abstrak

Artikel ini membahas peran sosialisasi media sosial sebagai perangkat kampanye digital yang ditujukan kepada pemilih pemula dalam konteks tahapan pelaksanaan Pilkada Kabupaten Merauke tahun 2024. Generasi Z sebagai pemilih pemula memiliki karakteristik yang sangat dekat dengan teknologi digital dan media sosial, menjadikan platform media sosial ini sebagai sesuatu yang strategis untuk menyampaikan pesan-pesan politik secara efektif. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data berbasis survei dan pelaksanaan diskusi kelompok terfokus (FGD) yang melibatkan pemilih pemula di Kabupaten Merauke. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sosialisasi yang dikemas secara interaktif dan berbasis data mampu meningkatkan literasi politik, pemahaman terhadap proses pilkada, serta kesadaran kritis terhadap konten

kampanye digital. Temuan ini menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga medium pendidikan politik yang relevan bagi generasi muda. Oleh karena itu, pendekatan ini layak dijadikan strategi berkelanjutan dalam rangka memperkuat partisipasi politik dan demokrasi lokal di era digital khususnya bagi pemilih pemula di Kabupaten Merauke.

Kata Kunci: Sosialisasi politik, media sosial, kampanye digital, pemilih pemula, Pilkada Merauke 2024, literasi politik, demokrasi digital

A. PENDAHULUAN

Partisipasi politik masyarakat merupakan salah bentuk aktualisasi dari proses demokrasi. Keinginan ini menjadi sangat penting bagi masyarakat untuk proses kemajuan politik terutama di negara-negara berkembang (Haris et al., 2025). Oleh karena itu, proses membuka ruang dan membawa masyarakat untuk menentukan pilihannya yaitu menentukan dan memilih seorang pemimpin yang diharapkan, tentunya yang bisa menjalankan roda pemerintahan dengan baik dan menghasilkan kinerja yang memuaskan (Saputro, 2022).

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang dilaksanakan di Kabupaten Merauke merupakan salah satu bagian dari demokrasi yang akan menjadi penentu arah kebijakan dan pembangunan selama lima tahun kedepan. Selain itu Pilkada menjadi sarana bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi demi tercapainya tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*). Dalam proses pelaksanaan Pilkada, perkembangan teknologi mempengaruhi beberapa aspek, diantaranya regulasi maupun strategi kampanye yang digunakan oleh Calon Kepala Daerah. Jika sebelumnya kampanye dilakukan secara konvensional seperti rapat umum, mengumpulkan massa, dan penyebaran spanduk maupun pemasangan baliho, saat ini strategi

kampanye yang digunakan oleh calon kepala daerah mulai menggunakan ranah digital, seperti pemanfaatan internet dan media sosial dalam pelaksanaan kampanye.

Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, hingga TikTok menjadi alat yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan politik, membangun citra kandidat, hingga menjangkau pemilih muda yang notabene lebih aktif di dunia digital (Haris & Irawan, 2023). Fenomena ini menandai terjadinya transformasi komunikasi politik, di mana interaksi antara kandidat dan pemilih menjadi lebih terbuka, cepat, dan dua arah (Haris & Kontu, 2024).

Menurut laporan We Are Social, jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta pada Januari 2023, atau sekitar 77% dari total penduduk telah menggunakan internet (We areSocial, 2023). Seperti yang ditunjukkan oleh laporan We Are Social, peningkatan besar penggunaan internet di Indonesia membuka peluang baru untuk berinteraksi dan berkomunikasi. (Fahruji & Fahrudin, 2023)

Van Dijk mengatakan bahwa media sosial adalah platform media yang berpusat pada eksistensi pengguna dan memungkinkan pengguna berpartisipasi dan bekerja sama. Karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai media (fasilitator) online yang membantu pengguna

menjalin hubungan sosial dan membangun hubungan baru. diberi subjudul khusus. Demikian pula definisi operasional, apabila dirasa perlu, juga ditulis naratif. (Juleha et al., 2024)

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pengabdian yang digunakan pada Sosialisasi Media Sosial sebagai perangkat kampanye digital pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Merauke tahun 2024 dirancang secara sistematis dan partisipatif. Tahapan awal kegiatan dimulai dengan diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), yang melibatkan peserta dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pemuda komunitas lokal. Diskusi ini difokuskan pada persepsi mereka terhadap politik, Komunikasi politik, media sosial serta tantangan dalam mengakses informasi politik yang kredibel. Materi yang disampaikan berdasarkan hasil survei mengenai respon pemilih pemula dalam mengakses Media Sosial sebagai perangkat kampanye digital pada pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Merauke yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Penyampaian materi dilakukan melalui media presentasi yang didukung oleh data, seperti penggunaan grafik, tabel, dan video, guna membantu peserta dalam memahami informasi yang bersifat kompleks. Selain itu, metode interaktif juga digunakan dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi selama sesi berlangsung. Topik yang dibahas meliputi urgensi Pemilukada, proses penyelenggaraan pemilu, peran penting pemilih muda, serta

pengaruh media sosial dalam kampanye digital. Upaya ini bertujuan untuk membentuk pemahaman dasar yang kuat sekaligus agar menarik perhatian pemilih pemula untuk berperan aktif dalam Pemilukada.

Setelah diskusi kelompok selesai, masing-masing kelompok memaparkan hasil pembahasan serta rekomendasi yang telah dirumuskan dalam forum pleno. Sesi ini bertujuan untuk membuka ruang dialog yang lebih luas antar peserta, sehingga memungkinkan pertukaran pandangan yang lebih beragam dan mendalam. Melalui proses ini, peserta diajak untuk membangun kesepahaman bersama mengenai strategi yang efektif dalam mendorong keterlibatan politik Gen Z di Kabupaten Merauke. Oleh karena itu, FGD tidak hanya menjadi wadah untuk menggali ide-ide baru, tetapi juga berperan sebagai media pembelajaran bersama yang memperkuat kesadaran dan kepedulian politik peserta.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahapan pelaksanaan Pilkada Kabupaten Merauke tahun 2024, kegiatan sosialisasi media sosial sebagai perangkat kampanye digital bagi pemilih pemula diawali dengan tahap persiapan berupa pengumpulan data melalui survei selama kurang lebih satu bulan. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemilih pemula, khususnya Gen Z, memahami penggunaan media sosial dalam konteks kampanye politik serta seberapa besar pengaruhnya terhadap preferensi dan keputusan memilih. Hasil survei menunjukkan bahwa meskipun mayoritas

responden aktif di media sosial, banyak di antara mereka belum mampu membedakan informasi yang valid dengan propaganda politik atau berita bohong (*Hoax*).



Gambar 1. Sesi Penyampaian Hasil Survey

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan sesi sosialisasi interaktif yang diikuti oleh 45 orang siswa SMA dan mahasiswa tingkat awal. Dalam kegiatan ini, hasil survei dipresentasikan menggunakan pendekatan multimedia seperti video pendek, infografis, dan simulasi kampanye digital. Tujuannya adalah untuk menunjukkan secara langsung bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara positif dan bertanggung jawab dalam menyebarkan visi-misi calon kepala daerah. Sesi ini berlangsung dinamis, di mana para peserta aktif bertanya mengenai cara menyaring informasi, membuat konten kampanye yang etis, dan sesuai serta peran mereka sebagai bagian dari masyarakat digital yang kritis dan berintegritas menjelang Pemilu.

Pada pemilu pemula merupakan peluang yang sangat menguntungkan karena memiliki berbagai alasan yaitu pertama pemilu pemula memiliki masa depan politik yang panjang di depan mereka, kedua pemilu pemula memiliki sikap politik yang belum mapan. Mereka dapat lebih mudah

berubah sikap atau mendukung isu-isu tertentu sesuai dengan pesan dan kampanye yang disampaikan oleh calon atau partai politik, ketiga meningkatkan partisipasi politik dalam pemilihan dapat meningkatkan tingkat partisipasi secara keseluruhan.

Setelah sesi sosialisasi interaktif, kegiatan dilanjutkan dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan enam kelompok diskusi kecil. Setiap kelompok didampingi oleh fasilitator yang bertugas untuk memantik diskusi serta mendorong partisipasi aktif peserta. Fokus pembahasan mencakup pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik, tantangan penyebaran informasi yang sehat, serta cara mengidentifikasi konten kampanye yang bersifat edukatif dibandingkan manipulatif.

Para peserta FGD menunjukkan kemampuan berpikir kritis dalam menguraikan permasalahan seputar literasi digital dan keterlibatan politik. Beberapa rekomendasi yang dihasilkan antara lain adalah perlunya pelatihan literasi media bagi pemilu pemula, peningkatan kualitas konten kampanye berbasis fakta, serta mendorong partisipasi aktif generasi muda dalam menciptakan ruang digital yang sehat menjelang Pilkada.

Kegiatan ditutup dengan sesi pleno, di mana setiap kelompok menyampaikan hasil diskusinya di depan forum. Sesi ini menunjukkan keragaman pandangan sekaligus kesadaran bersama akan pentingnya penggunaan media sosial secara cerdas dan bertanggung jawab. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap

pemahaman peserta yang notabene adalah pemilih pemula mengenai peran strategis media sosial dalam proses demokrasi, serta memperkuat semangat mereka untuk berpartisipasi secara aktif dan kritis dalam Pilkada Kabupaten Merauke 2024.

Pelatihan literasi media dan politik bagi pendatang baru harus memberikan pelatihan literasi media dan politik yang kuat untuk membantu mereka memahami bagaimana media sosial memengaruhi orientasi politik mereka (Haris et al., 2024). Mereka harus memiliki keterampilan penting untuk mengevaluasi dan menganalisis informasi politik yang mereka temui di media sosial. Pelatihan ini dapat mencakup pelatihan mengidentifikasi misinformasi, mengidentifikasi misinformasi media, dan memahami strategi manipulasi yang digunakan di media sosial. Mengembangkan etika penggunaan media sosial oleh remaja memerlukan pemahaman tentang etika penggunaan media sosial dalam konteks politik (Sitompul et al., 2024).



Gambar 2. Pelaksanaan FGD yang dipimpin oleh Fasilitator

Menurut Wulandari & Utomo, 2021 dalam (Az-zahra et al., 2024) yang menyatakan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah dengan menuturkan apa yang ingin disampaikan dengan lawan bicaranya yang sering disebut sebagai tidak tutur. Sedangkan dalam konteks politik komunikasi merupakan penyampaian pesan-pesan politik oleh aktor-aktor politik ataupun yang berkaitan dengan aktivitas dalam sistem politik dan pemerintahan.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi media sosial sebagai perangkat kampanye digital kepada pemilih pemula dalam tahapan pelaksanaan Pilkada Kabupaten Merauke tahun 2024 menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kesadaran, literasi politik, dan keterlibatan digital generasi muda, khususnya Generasi Z. Melalui pendekatan berbasis data, ceramah interaktif, dan diskusi kelompok terfokus (FGD), peserta tidak hanya memahami dinamika penggunaan media sosial dalam kampanye politik, tetapi juga menyadari peran aktif mereka dalam menciptakan ruang demokrasi digital yang sehat dan informatif.

Sosialisasi ini membuktikan bahwa media sosial, jika digunakan secara bijak dan strategis, dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau pemilih pemula dan mendorong partisipasi mereka dalam proses politik lokal. Dengan mengintegrasikan prinsip literasi digital, etika komunikasi politik, dan

pendekatan partisipatif, kegiatan ini mampu memperkuat pemahaman peserta terhadap pentingnya keterlibatan aktif dalam Pilkada yang demokratis dan transparan. Ke depan, upaya serupa perlu terus dilakukan secara berkelanjutan sebagai bagian dari strategi penguatan demokrasi lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan karakteristik generasi muda di Kabupaten Merauke.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas kegiatan serupa di masa mendatang, disarankan agar sosialisasi media sosial sebagai perangkat kampanye digital kepada pemilih pemula dilaksanakan secara berkelanjutan dengan melibatkan lebih banyak sekolah, komunitas pemuda, dan tokoh lokal. Selain itu, perlu dikembangkan modul pelatihan yang lebih interaktif dan kontekstual, termasuk simulasi kampanye digital yang etis dan edukatif, guna memperkuat literasi politik digital generasi muda secara menyeluruh. Kolaborasi dengan penyelenggara pemilu, pegiat literasi digital, dan *influencer* lokal juga dapat memperluas jangkauan serta meningkatkan partisipasi aktif Generasi Z dalam setiap tahapan Pilkada.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Az-zahra, H., Politik, P. I., & Semarang, U. N. (2024). *Pengaruh Kampanye Politik di Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih*. 3(4), 603–620.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). 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. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>
- Haris, U., Adam, A., Saputro, E., & Mardiana, W. O. (2025). *Memahami Teori Politik: Sebuah Pengantar*. Literasi Indonesia.
- Haris, U., Enala, S., & Syahrudin, S. (2024). Mengoptimalkan Penggunaan Teknologi: Sosialisasi Literasi Digital untuk Kesejahteraan Masyarakat. *JPI Jurnal Pengabdian Dan Inovasi*, 1(02), 49–55.
- Haris, U., & Irawan, A. (2023). Fungsi Agenda Setting Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Makassar Ta' Tidak Rantasa (MTR) Di Kota Makassar. *JAKD Jurnal Administrasi Karya Dharma*, 2(2), 113–124.
- Haris, U., & Kontu, F. (2024). Sosialisasi Penggunaan Perangkat Teknologi Dalam Membantu Kinerja Pemerintah Di Kampung Matara. *Kreativasi: Journal of Community Empowerment*, 3(1), 1–10.
- Juleha, J., Yuniar, J., Marsuki, N. R., Sultan, J., 259, A. N., Sari, G., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Opini Publik dan Partisipasi Politik Era Digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 38–45.
- Saputro, E. R. (2022). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi

Kandidat Pada Pemilihan Kepala Daerah Di Kota Makassar Tahun 2020. *Jurnal Politik Profetik*, 10(1), 61–78. <https://doi.org/10.24252/profetik.v10i1a4>

Sitompul, D. P., Sitorus, Y., Sibuea, E. G. B., & Elsi, S. D. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempengaruhi Perilaku Pemilih Pemula. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5), 767–775. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.888>