

Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Literasi Digital Untuk Membangun Komunikasi Politik di Lingkungan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia

Meidina Syifa Urrachmah^{1,a*}

^a Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

¹ meidinasyifa@upi.edu*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 2 Juni 2024;

Revised: 13 Juni 2024;

Accepted: 16 Juni 2024.

Kata-kata kunci:

Media Sosial;

Literasi Digital;

Komunikasi Politik.

: ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital, mengetahui pengaruh media sosial dalam komunikasi politik, dan juga mendeskripsikan faktor apa saja yang membuat media sosial dipilih sebagai sarana efektif dalam membangun komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei, dengan desain yang digunakan adalah *cross sectional survey design*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang disebarakan melalui *google form* dengan jumlah partisipan 40 orang mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital dinilai efektif, lalu diketahui juga bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap komunikasi politik, dan faktor-faktor yang membuat media sosial dipilih sebagai sarana efektif dalam membangun komunikasi politik diantaranya yaitu mengenai media sosial sebagai ruang publik dalam diskusi, konten media sosial yang kreatif dan bisa dijadikan media edukasi, media sosial sebagai sarana mobilisasi opini publik, dan media sosial untuk mencari informasi mengenai politik dan isu yang berkembang.

ABSTRACT

The Effectiveness of Social Media as a Digital Literacy Means to Build Political Communication in the Student Environment of the Indonesian University of Education. This study aims to determine the effectiveness of social media as a means of digital literacy, to determine the influence of social media in political communication, and also to describe the factors that make social media chosen as an effective means of building political communication. This study uses a survey research method, with the design used is a cross sectional survey design. The instrument used in this study was a questionnaire distributed via Google form with 40 students from the Indonesian University of Education as participants. The results of this study indicate that the effectiveness of social media as a means of digital literacy is considered effective, then it is also known that social media is very influential on political communication, and the factors that make social media chosen as an effective means of building political communication include regarding social media as public space for discussion, social media content that is creative and can be used as educational media, social media as a means of mobilizing public opinion, and social media to seek information about politics and issues that are developing.

Keywords:

Social Media;

Digital Literacy;

Political Communication.

Copyright © 2024 (Meidina Syifa Urrachmah). All Right Reserved

How to Cite : Urrachmah, M. S. (2024). Efektivitas Media Sosial Sebagai Sarana Literasi Digital Untuk Membangun Komunikasi Politik di Lingkungan Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(7), 225–233. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i7.2089>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Media sosial menjadi fenomena yang semakin mengakar juga mengglobal. Keberadaannya sendiri makin tidak bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antar-manusia. Begitu pesatnya perkembangan media sosial di Indonesia, setiap tahunnya terjadi peningkatan penggunaan media sosial. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mempublikasikan hasil risetnya pada tahun 2018, yang menyatakan bahwa kepemilikan telepon genggam di Indonesia sebanyak 355 juta, dan jumlah pengguna internet sebanyak 171 juta jiwa (Kominfo, 2020). Peringkat media sosial teratas berdasarkan hasil survei laporan We Are Social dan Hootsuite dalam (Kompas, 2021) menyatakan bahwa pengguna media sosial teratas yakni adalah WhatsApp di mana pengguna media sosial Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 30,8 jam per bulan, kemudian Facebook dengan 17 jam per bulan, dan juga Instagram dengan 17 jam per bulan. lalu TikTok menyusul pada urutan keempat dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 13,8 jam per bulan, kemudian disusul oleh Twitter di posisi kelima dengan 8,1 jam per bulan. Data menarik lainnya yang ikut diungkap adalah bahwa rata-rata orang Indonesia ternyata memiliki 10 akun media sosial per orangnya. Selain itu juga, 60 persen pengguna media sosial memakainya untuk bekerja seperti menjalin relasi dan juga menjalankan bisnis.

Bentuk salah satu implementasi Pendidikan digital (Anggraeni et al., 2022). Media sosial digunakan tidak maksimal juga seringnya pembiasaan berita-berita yang tidak sesuai dengan fakta, salah satunya hal inilah yang mempengaruhi bagaimana melek politik mahasiswa sebagai salah satu pengguna media sosial menjadi tidak maksimal sehingga kebutuhan melek politik bagi pengembangan kehidupan sosial kemasyarakatan terhambat. Salah satu faktor hal tersebut juga terjadi karena kurangnya literasi digital, berdasarkan survei status literasi digital yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 2020 menunjukkan Indonesia memiliki nilai indeks literasi digital sebesar 3,47 dari rentang indeks satu sampai dengan empat. Ini merupakan penilaian indeks literasi yang mengacu pada kerangka digital sebuah negara dari UNESCO. Berdasarkan nilai indeks tersebut menunjukkan Indonesia berada dalam kategori literasi digital tingkat sedang dan belum mencapai status literasi yang baik.

Berdasarkan fenomena di atas, Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media atau alat dalam kegiatan komunikasi politik. Kementerian Komunikasi dan Informatika juga menyampaikan bahwa sebanyak 63 juta penduduk di Indonesia telah menggunakan internet dan 95% di antaranya memanfaatkan internet untuk mengakses berbagai jejaring sosial atau media sosial. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (co-operation).

Pengembangan literasi politik yang baik telah menjadi titik vital keberadaannya dalam konteks pembangunan kualitas hidup secara demokratis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pengembangan literasi politik melalui struktur pembentukan dan pengembangan sosialisasi juga edukasi yang memadai dalam konteks sosial politik maka warga negara secara literal dan komprehensif akan memahami kedudukannya sebagai warga negara yang sadar akan hak dan kewajibannya. Hal tersebut akan berimplikasi terhadap timbulnya kesadaran yang otonom dalam partisipasi pembangunan sistem politik dan demokrasi yang bermutu serta bela negara (Anggraeni et al., 2021).

Beberapa penelitian yang membuktikan bahwa efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital untuk membangun komunikasi politik, diantaranya yaitu "Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik" " penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial sebagai pemberi pengaruh dan menentukan

perilaku politik. (Haidir Fitra Siagian, 2015). Penelitian lain, “Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara” yang latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah atas dasar permasalahan yang terjadi di kalangan mahasiswa sebagai calon pemilih dalam Pemilu 2019. (Roni J, Yasin N, Ayu L, 2019).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, adalah terkait dengan penggunaan media sosial dan literasi digital dalam memberikan wawasan ditengah dinamika politik, dan juga fenomena penelitian yang diambil yaitu tentang pengguna internet dan juga pengguna media sosial di Indonesia cukup tinggi, dan juga tengah maraknya penggunaan media sosial bagi kegiatan politik. Efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital untuk membangun komunikasi politik di lingkungan mahasiswa universitas Pendidikan Indonesia menjadi fokus pada penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital, mengetahui pengaruh media sosial dalam komunikasi politik, dan juga mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang membuat media sosial dipilih sebagai sarana efektif dalam membangun komunikasi politik

Saluran komunikasi merupakan salah satu bagian yang amat sangat penting dalam konteks komunikasi politik. Saluran politik merupakan sarana yang digunakan untuk memudahkan penyampaian pesan-pesan politik kepada khalayak ramai, Media sosial sebagai saluran komunikasi merupakan bagian penting daripada komunikasi politik, karena ini berhubungan erat dengan pesan-pesan politik. Keberhasilan dalam melaksanakan kampanye pemilihan umum adalah ditentukan oleh berbagai faktor, salah satunya termasuk penggunaan saluran komunikasi politik. Dewasa ini, salah satu sarana yang paling banyak digunakan para kandidat dalam pemilihan umum adalah media sosial untuk mensosialisasikan diri serta menyebarkan pesan-pesan politiknya.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Cahyono, A. S, 2016). Menurut Meike dan Young dalam (Setiadi A, 2016) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. media sosial mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi dengan menawarkan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang dapat diperoleh dan diakses melalui sumber-sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan sosial konsumen tersebut (Yoo & Gretzel, 2011)

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk (Merry, 2011) Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Secara tradisional, “literasi” dapat dimaknai sebagai kemampuan membaca dan juga menulis. Lebih lanjut, definisi literasi yang dihasilkan dari pertemuan pakar UNESCO dalam konteks ini, literasi tidak hanya berkaitan dengan baca tulis, melainkan segenap kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, mengkomunikasikan, memperhitungkan, dan menggunakan bahan-bahan cetak dan tulis yang bertautan dengan berbagai konteks. Literasi melibatkan kontinum belajar yang memungkinkan individu mencapai tujuan, mengembangkan pengetahuan dan potensinya, serta berpartisipasi secara penuh dalam masyarakat dan komunitas yang lebih luas (UNESCO, 2004).

Dikaitkan dengan istilah “digital“, kemampuan membaca dan menulis itu berada pada konteks pemanfaatan teknologi digital. Dengan pernyataan lain, literasi digital memperoleh pemaknaan baru yang mengisyaratkan adanya perluasan makna menuju literasi baru yang bertautan dengan pentingnya jejaring (networking), kolaborasi, interaksi, dan kreativitas yang didukung oleh teknologi (Lankshear & Knobel, 2011). Literasi digital dalam konteks ini tidak sekadar bermakna kemampuan menggunakan komputer untuk menulis dan membaca seperti dalam konteks literasi umumnya, melainkan seperangkat keterampilan dasar dalam penggunaan dan produksi media digital, pemrosesan dan pemanfaatan informasi, partisipasi dalam jejaring sosial untuk berkreasi dan berbagi pengetahuan, dan berbagai keterampilan komputasi profesional (Tour: 2015).

Menurut Gabriel Almond dalam (Siagian, H. F. 2015), komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. *“All of the functions performed in the political system, political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application, and rule adjudication, are performed by means of communication.* Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan-pesan yang terjadi pada saat keenam fungsi lainnya itu dijalankan. Hal ini berarti bahwa fungsi komunikasi politik terdapat secara inherent di dalam setiap fungsi sistem politik. *Political communication is a process by which a nation’s leadership, media, and citizenry exchange and confer meaning upon messages that relate to the conduct of public policy.* (Perloff). *Political communication is communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential) which regulate human conduct under the condition of conflict* (Dan Nimmo).

Meriam Budiardjo (2008) memahami komunikasi politik sebagai salah satu fungsi partai politik, yaitu meyalurkan beragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengaturnya sedemikian rupa untuk di perjuangkan menjadi kebijakan politik. Sedangkan menurut Maswadi Rauf, mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, dan aktivitas komunikasi dalam kedudukan sebagai pekatu kegiatan politik. Komunikasi politik di bagi dalam dua dimensi yaitu kegiatan politik, penyampaian pesan pesan yang bercirikan politik oleh kator aktor politik kepada pihak lain. Kedua, kegiatan ilmiah, kegiatan politik dalam system politik (Paramitha et al., 2022).

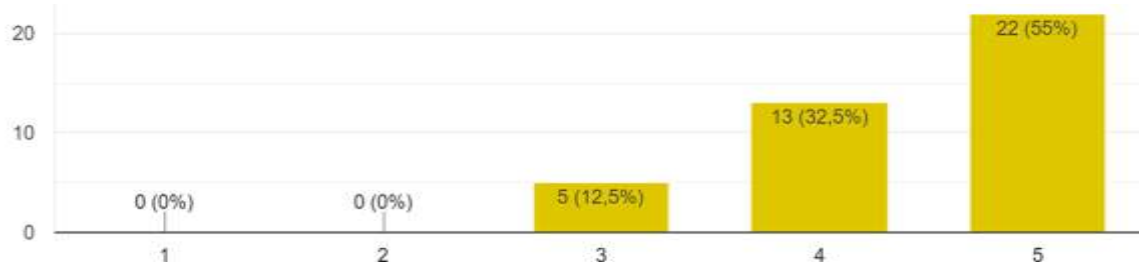
Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Penelitian ini mengadopsi pendekatan cross-sectional survey design yang memungkinkan pengumpulan data pada satu waktu terhadap sampel yang dianggap mewakili populasi tertentu. Instrumen yang digunakan adalah angket yang disebarkan melalui Google Form kepada 40 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Langkah-langkah penelitian meliputi penetapan masalah penelitian, pembuatan kuesioner, penetapan responden, dan penyebaran kuesioner melalui media sosial. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur pendapat dan persepsi responden. Interpretasi skor dilakukan dengan menghitung persentase dan mengacu pada kriteria interpretasi skor berdasarkan interval. Dengan demikian, metode survei ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital untuk membangun komunikasi politik di lingkungan mahasiswa.

Hasil dan pembahasan

Dalam diagram 1 terlihat 40 orang responden dengan rincian 3 responden (12,5%) yang memilih netral, 13 responden (32,5%) yang memilih setuju, dan 22 responden (55%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai media sosial sangat efektif sebagai sarana literasi digital.

Diagram 1. Pendapat responden mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital



Maka dari hasil tersebut selanjutnya dihitung untuk mendapatkan hasil akhir. Berikut perhitungan pendapat responden mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital

Tabel 1. Penghitungan pendapat responden mengenai efektivitas media sosial dalam pemasaran bisnis online

Jawaban Responden	Bobot Nilai
Sangat setuju	$3 \times 22 = 66$
Setuju	$2 \times 13 = 26$
Netral	$1 \times 3 = 3$
Total Skor	95
Index	$\frac{95 \times 100 \%}{120} = 79\%$

Diagram 2. Pendapat responden mengenai pengaruh media sosial sebagai alat komunikasi politik dalam memberikan informasi



Dalam diagram tersebut terlihat 40 orang responden dengan rincian 3 responden (7,5%) yang memilih netral, 14 responden (35%) yang memilih setuju, dan 23 responden (57,5%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai media sosial sebagai alat komunikasi politik sangat berpengaruh dalam memberikan informasi.

Maka dari hasil tersebut selanjutnya dihitung untuk mendapatkan hasil akhir. Berikut ini perhitungan pendapat responden mengenai pengaruh media sosial sebagai alat komunikasi politik dalam memberikan informasi

Tabel 3. Penghitungan pendapat responden mengenai pengaruh media sosial sebagai alat komunikasi politik dalam memberikan informasi

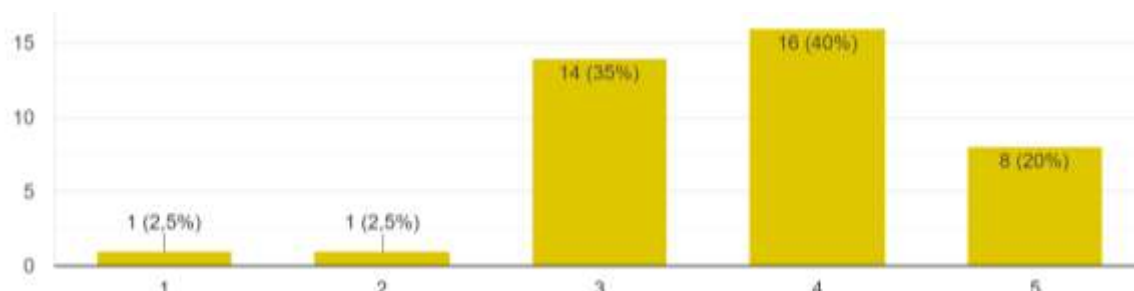
Jawaban Responden	Bobot Nilai
Sangat setuju	$3 \times 23 = 69$
Setuju	$2 \times 14 = 28$
Netral	$1 \times 3 = 3$
Total Skor	100
Index	$\frac{100 \times 100 \%}{120} = 83,3 \%$

Media sosial telah merubah sistem komunikasi yang tidak hanya satu arah, namun menjadi dua arah untuk mengoptimalkan komunikasi di berbagai sektor. Media sosial mendukung dalam mengelola isu di suatu organisasi seperti pengambilan keputusan, pemantauan, mengevaluasi dan menyerap aspirasi. Bahkan isu yang muncul dapat dikontrol dan diklarifikasi baik secara emosional maupun data. Komunikasi dua arah yang bersifat langsung dan seketika pada social media dapat dimanfaatkan organisasi dalam memonitor opini dan reaksi publiknya secara lebih terbuka dan cepat (Pienrasmii, 2015).

Media sosial mulai digunakan secara intensif dalam aspek politik memiliki konteks yang lebih spesifik. Oleh publik, media sosial dijadikan sebagai medium baru untuk mengekspresikan partisipasi politik, sementara bagi para politisi sendiri media sosial menjadi sarana baru dalam menjalin komunikasi, membangun interaksi, dan menyebarkan informasi politis kepada publik (Andriadi, 2017). Media sosial memberikan keleluasaan penuh kepada setiap warga negara untuk mengaktualisasikan partisipasi politiknya. Andriadi (2017) juga menjelaskan bahwa media sosial memberikan ruang alternatif bagi publik untuk mengekspresikan partisipasi politiknya. Salah satu yang paling korelatif dengan fakta ini adalah generasi muda yang memang merupakan segmen sosial paling akrab dengan media sosial.

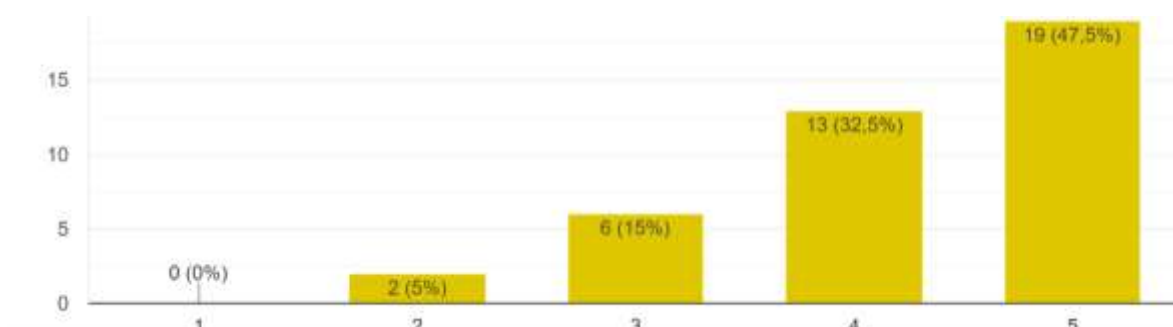
Selain pendapat ahli diatas yang menyebutkan faktor-faktor yang membuat media sosial sebagai sarana efektif dalam membangun komunikasi politik, berikut ini merupakan hasil kuisioner dari data Google form yang telah disebar mengenai faktor-faktor apa saja yang membuat media sosial dipilih sebagai sarana efektif dalam membangun komunikasi politik.

Diagram 3. Pendapat responden mengenai menggunakan media sosial sebagai ruang publik dalam diskusi



Dalam diagram tersebut terlihat 40 orang responden dengan rincian 1 responden (2,5%) yang memilih sangat tidak setuju, 1 responden (2,5%) yang memilih tidak setuju, 14 responden (35%) yang memilih netral, 16 responden (40%) yang memilih setuju, dan 8 responden (20%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai media sosial sebagai ruang publik dalam diskusi.

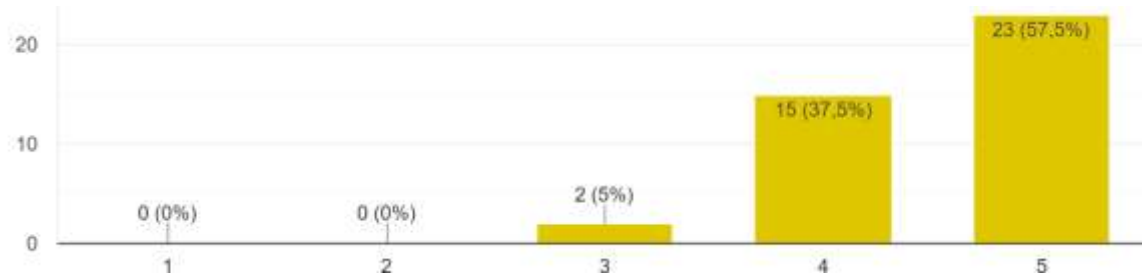
Diagram 4. Pendapat responden mengenai konten media sosial yang kreatif dan bisa dijadikan media edukasi



Dalam diagram tersebut terlihat 40 orang responden dengan rincian 2 responden (5%) yang memilih tidak setuju, 6 responden (15%) yang memilih netral, 13 responden (32,5%) yang memilih

setuju, dan 19 responden (47,5%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai media sosial mengenai konten media sosial yang kreatif dan bisa dijadikan media edukasi.

Diagram 5. Pendapat responden mengenai media sosial yang berguna sebagai sarana mobilisasi opini publik



Dalam diagram tersebut terlihat 40 orang responden dengan rincian 2 responden (5%) yang memilih netral, 15 responden (37,5%) yang memilih setuju, dan 23 responden (57,5%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai media sosial yang berguna sebagai sarana mobilisasi opini publik

Diagram 6. Pendapat responden mengenai seringnya memakai media sosial untuk mencari informasi-informasi mengenai politik dan isu yang berkembang



Dalam diagram tersebut terlihat 40 orang responden dengan rincian 1 responden (2,5%) yang memilih sangat tidak setuju, 2 responden (5%) yang memilih tidak setuju, 11 responden (27,5%) yang memilih netral, 11 responden (27,5%) yang memilih setuju, dan 23 responden (57,5%) yang memilih sangat setuju terkait dengan pertanyaan mengenai seringnya memakai media sosial untuk mencari informasi-informasi mengenai politik dan isu yang berkembang

Kata media sendiri berasal dari Bahasa latin yaitu “medius” yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Kata media itu sendiri merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara etimologi artinya adalah perantara atau pengantar. media sosial sendiri adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Pada dasarnya media sosial dianggap sebagai salah satu dari banyaknya berbagai macam media komunikasi yang ada. Media sosial pada umumnya merupakan sebuah media atau alat yang digunakan untuk bersosialisasi seperti berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya diantara para penggunanya. Beberapa istilah yang ada dan melekat pada media sosial antara lain yaitu Social Network, communication Network, dan sns. Secara garis besarnya media sosial dan jaringan sosial menggunakan suatu sistem yang sama yaitu media daring (online) yang media daring ini terhubung dengan internet (Malihah et al., 2020).

Dinamika kehidupan sosial politik saat ini menghadirkan akses terhadap dunia informasi yang semakin terbuka. Salah satu penyebabnya adalah kehadiran media baru seperti internet. Media online, terutama media sosial, hadir dengan karakteristiknya yang interaktif dan multimedia. Dalam beragam situasi, para netizen tidak hanya berbagi pesan, tetapi juga menjadikan internet sebagai ruang publik

baru (new public sphere). Selain berpotensi menjadi saluran komunikasi yang memberi peran lebih besar kepada netizen, media baru juga kerap menghadirkan sejumlah persoalan dalam pemanfaatannya. Dalam konteks tersebut, literasi media atau literasi politik menjadi sangat penting dan menentukan (Heryanto, 2019).

Dalam komunikasi politik kontemporer, hal yang menarik adalah dengan adanya fenomena penggunaan media baru atau new media, yaitu internet yang bisa digunakan sebagai media ataupun sebagai saluran komunikasi yang semakin sering digunakan oleh masyarakat. Hal ini pun membuat para aktor politik, baik politisi, figur politik, birokrat, aktivis kelompok kepentingan, kelompok penekan, maupun jurnalis media massa, dituntut untuk semakin adaptif dengan penggunaan internet, baik sifatnya yang statis maupun dinamis (Heryanto, 2018). Melalui penggunaan internet, banyak hal dapat dilakukan dengan waktu yang relatif lebih cepat seperti mendapatkan informasi, sosialisasi gagasan, ajakan, tuntutan, hingga protes dan publikasi usulan alternatif kebijakan. Semua hal jadi terasa lebih efisien dan cepat dibandingkan harus melalui media cetak atau media penyiaran (Heryanto, 2018). Misalnya, media sosial berperan penting dalam sistem marketing politik di Indonesia, baik untuk pemilu legislatif, pemilu presiden, maupun pemilihan kepala daerah (pilkada) dalam mempromosikan kandidat calon politisi. Kampanye politik tidak lagi sekadar memanfaatkan televisi, koran, majalah, radio, tabloid, atau brosur, pamflet, spanduk, tetapi kini juga memanfaatkan media baru yaitu internet (Heryanto, 2018).

Simpulan

Penelitian ini bisa membantu mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia untuk lebih memahami, Efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital untuk membangun komunikasi politik, karena seperti yang kita ketahui bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam pengembangan literasi digital dan pembuka gerbang komunikasi politik di era digital. Media sosial telah memberikan dampak positif dan negatif bagi pembangunan Indonesia. Dampak perkembangan ekonomi digital menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dan masyarakat untuk bersama-sama bersinegi dalam membangun perekonomian yang lebih baik lagi. Adapun pula rekomendasi yang dapat penulis berikan adalah: 1) Perlu adanya sosialisasi khusus yang disediakan dalam hal mendidik masyarakat awam yang masih belum paham terkait dengan literasi digital karena mengenai urgensi literasi digital di Indonesia, ada banyak faktor yang dapat menjadi alasan mengapa literasi digital perlu dianggap penting oleh Indonesia sebagai sebuah bangsa dalam menyongsong masa depan ruang digitalnya. Faktor-faktor tersebut diantaranya tingginya pentrasi Teknologi Informasi dan Telekomunikasi (TIK), komersialisasi data, derasnya arus informasi yang beredar, perkembangan teknologi, dan peluang pemberdayaan masyarakat; 2) Diperlukan dukungan seluruh pihak terutama generasi muda yang melek teknologi untuk membantu orang-orang yang belum mengenal digital.

Referensi

- Anggraeni, L., Anggraeni, L., Affandi, I., Wahyudin, D., Paramitha, S. T., & Gilang, M. (2022). *Optimization of the Board Game as a Platform for the Concept of Peace Education: A Survey Method Study To cite this article: method study. International Journal of Education in Mathematics, Science, and Technology Optimization of the Board Game as a*.
- Anggraeni, L., Darmawan, C., Tanszil, S. W., & Jubaedah, E. (2021). Promoting Ksatria Bela Negara comic through the Webtoon for the prevention and control Covid-19. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 138–147. <https://doi.org/10.21831/jc.v18i1.39377>
- Ardian, M. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara “Pesbukers” Di ANTV. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1), 2-11.
- Budiardjo, Miriam. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Heryanto, G.G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD

- Heryanto, G.G. (2019). *Panggung Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD Kompas. (2018). *Suara Generasi Milenial Sangat Potensial dalam Pemilu*. Diunduh di <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/07/15570811/suara-generasi-mileneal-sangat-potensial-dalam-pemilutanggal10Oktober2018>
- Juwandi, R., Nurwahid, Y., & Lestari, A. (2019, May). *Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara*. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 2, No. 1, pp. 369-378).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *Urgensi Literasi Digital bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia*. [Online]. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/>
- Kompas (2021). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial*. [Online]. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Malihah, E., Nurbayani, S., & Anggraeni, L. (2020). *Why is There Zero Women Candidate for Governor Election in West Java, Indonesia?* *Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v12i1.21373>
- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D, 2011. *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks-Reputation, Legal, Operational-Bemitigated Information Law Group*
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nofianti, L., Qomariah. (2017). *Ringkasan Buku Metode Penelitian Survey*. [Online]. Diunduh pada 6 Januari 2022. Diakses dari: <http://repository.uin-suska.ac.id/16745/1/Buku%20Metode%20Penelitian%20Survei%20Leny%20ringka%20s.pdf>
- Paramitha, S. T., Komarudin, Fitri, M., Anggraeni, L., & Ramadhan, M. G. (2022). *Rethinking the Relationship between Technology and Health through Online Physical Education during the Pandemic*. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 10(1), 132–144. <https://doi.org/10.46328/ijemst.2165>
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2)
- Siagian, H. F. (2015). *Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik*. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Tour, E. (2015). "Digital mindsets: Teachers' technology use in personal life and teaching. *Language Learning & Technology*", 19(3), 124–139. <http://ilt.msu.edu/issues/october2015/tour.pdf>.
- UNESCO. (2004). "The Plurality of Literacy and its Implications for Policies". *UNESCO Education Sector Position Paper*. (p. 13). <http://unesdoc.unesco.org>.
- Yoo, K. H & Gretzel, U. 2011. *Creating More Credible and Persuasive Recommender Systems: The Influence of Source Characteristics on Recommender System Evaluations*. *Recommender Systems Handbook*, Vienna, Austria: Springer