

## Perspektif Mahasiswa Terkait Efektivitas Komunikasi Politik Melalui Media Sosial

Nazriali Nabila Hasna<sup>a,1\*</sup>

<sup>a</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

<sup>1</sup> nazrialinabilahasna@upi.edu\*

\*korespondensi penulis

---

### Informasi artikel

*Received: 15 Agustus 2024;*

*Revised: 22 Agustus 2024;*

*Accepted: 9 September 2024.*

Kata-kata kunci:  
Sosiologi Politik;  
Komunikasi Politik;  
Media Sosial;  
Mahasiswa.

---

### Keywords:

*Political Sociology;  
Political Communication;  
Social Media;  
Student.*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada perbandingan perspektif mahasiswa sebagai generasi muda terhadap efektivitas komunikasi politik di media sosial, berdasarkan respon masyarakat dan intensitas konten politiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa sering mahasiswa melihat konten komunikasi politik di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pandangan mahasiswa mengenai tanggapan masyarakat terhadap komunikasi politik yang ada di media sosial. Terakhir, penelitian ini ingin mengeksplorasi efektivitas komunikasi politik di media sosial dari sudut pandang mahasiswa, guna memberikan rekomendasi perbaikan bagi para komunikator politik di masa mendatang. Penelitian ini menggunakan metode causal comparative research dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Formulir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sering terpapar konten politik di media sosial mereka. Perspektif mahasiswa terbagi menjadi dua: ada yang berpendapat bahwa konten politik sering menghasilkan respon negatif dan positif dari masyarakat. Beberapa mahasiswa juga berpendapat bahwa komunikasi politik di media sosial sudah efektif, sementara sebagian lainnya merasa efektivitasnya masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memandang komunikasi politik, serta mendorong perbaikan strategi komunikasi politik di platform digital.

---

### ABSTRACT

***The Role of Political Education in Higher Education for Students in Increasing Political Participation.** This study focuses on comparing the perspectives of university students, as the younger generation, on the effectiveness of political communication on social media, based on public responses and the intensity of political content. The aim of this research is to measure how frequently students encounter political communication content on social media. Additionally, this study seeks to understand students' views on public reactions to political communication present on social media. Lastly, the research aims to explore the effectiveness of political communication on social media from the students' perspective, in order to provide recommendations for improving political communicators in the future. The research employs a causal comparative method, with data collection conducted through questionnaires distributed via Google Forms. The findings reveal that the majority of students are frequently exposed to political content on their social media. Students' perspectives are divided into two: some believe that political content often generates both negative and positive public responses, while others perceive that political communication on social media is either effective or in need of further improvement. This study is expected to provide new insights into how university students, as part of the younger generation, view political communication and to encourage improvements in political communication strategies on digital platforms.*

---

Copyright © 2024 (Nazriali Nabila Hasna). All Right Reserved

How to Cite : Hasna, N. N. (2024). Perspektif Mahasiswa Terkait Efektivitas Komunikasi Politik Melalui Media Sosial. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(10), 353–360. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i10.2490>



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

Teknologi komunikasi sudah berkembang dan membantu kehidupan individu maupun kelompok. Media sosial kini berkembang pesat sejalan dengan pertumbuhan dan mudahnya akses informasi yang didukung oleh teknologi komunikasi. Para pengguna sosial menyebarkan pesan yang memiliki pola bebas agar cepat tersebar pada publik (Susanto, 2017).

Akibat dari kekuatan media sosial ini, berbagai kelompok maupun organisasi di masyarakat ikut menggunakan media sosial sebagai upaya komunikasi dengan khalayak. Penggunaan media sosial ini juga karena masyarakat dipercaya akan lebih mudah menelan informasi dari media sosial dibanding media lain meski akurasi informasi tersebut tidak terjamin.

Mahasiswa sebagai kalangan yang didominasi oleh usia muda tentunya tidak asing dengan penggunaan media sosial. Mahasiswa dari latar belakang yang berbeda akan memiliki perspektif yang berbeda-beda pula terkait konten yang dilihat di media sosial, termasuk pada konten yang bertujuan sebagai komunikasi politik. Karena peningkatan pengguna internet, pemuda menjadi sasaran kampanye politik yang utama melalui berita Internet (Baumgartner & Morris, 2010).

Pada komunikasi politik ini, media sosial dapat berdampak negatif maupun positif pada respon masyarakatnya. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik pada arah yang positif mampu membentuk jaring komunikasi yang interaktif antara kelompok politik/pemerintah dengan masyarakat itu sendiri. Berbagai informasi yang disampaikan pemerintah kepada masyarakat seperti branding partai dalam masa pemilu hingga kebijakan- kebijakan pandemi beberapa tahun kebelakang juga menjadi jembatan yang memudahkan pemerintah untuk memberikan informasi pada masyarakat terlepas dari respon baik ataupun buruk dari masyarakatnya (Anggraeni et al., 2020).

Sementara penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik pada arah yang negatif sering memicu simpang-siur serta munculnya berita hoax dari sumber yang tidak relevan mengenai stigma-stigma atau opini politik yang menggiring kericuhan serta perdebatan kusir di media sosial, padahal opini- opini tersebut tidak sejalan dengan sikap resmi/sikap sebenarnya yang diambil lembaga atau kelompok politik tersebut. Ribuat akun media sosial yang menyebarkan informasi hoax hingga profokasi telah dideteksi oleh Direktorat Reskrimsus Polda Metro Jaya. 300 akun darinya telah diblokir (Kominfo, 2017).

Media sosial adalah jaringan informasi baru dan teknologi informasi dengan menggunakan suatu bentuk komunikasi menggunakan konten interaktif dan user diproduksi, dan hubungan interpersonal diciptakan dan dipelihara. Media sosial mempunyai ciri khas layanan yang dapat membuat penggunaannya berbagi konten, komunitas web hingga forum di internet (anastokeskus, 2010; De La, 2012). Sedangkan komunikasi politik menurut Norris (2000) adalah sebuah proses penyaluran informasi dari suatu kalangan politik pada masyarakat. Sedangkan Rush dan Althoff dalam Susanto (2017) berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan penyaluran informasi dari satu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain yang saling berhubungan secara dinamis satu sama lain.

Dalam situasi lebih modern, komunikasi politik harus bisa lebih terbuka akan opini masyarakat serta keberagamannya untuk menghindari suara-suara yang bersifat tidak pasti (Crozier, 2006).

Media sosial merupakan salah satu chanel yang dapat digunakan untuk membuka kunci kemenangan kompetisi di dunia politik (Ardha, 2014). Membangun komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman akan respon konsumen agar apa yang kita komunikasikan dapat memengaruhi respon konsumen tersebut (Belch, 1995).

Fenomena perkembangan teknologi komunikasi membuka jalan baru bagi berbagai individu maupun kelompok untuk sekedar menunjukkan diri maupun mengambil keuntungan dari perkembangan ini, tidak terkecuali pada organisasi-organisasi politik, perkembangan ini dapat memfasilitasi penyebarluasan komunikasi politik dengan mempertimbangkan berbagai aspek. Maka dari itu, dengan memperhatikan pengertian hingga tujuan dari komunikasi politik itu sendiri, penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik perlu dilihat dan dipertimbangkan efektivitasnya dengan melihat

---

berbagai perspektif dari mahasiswa dengan berbagai latar belakang sebagai generasi muda yang lekat kesehariannya dengan media sosial.

Penelitian berjudul “Media Sosial dan Internet Dalam Ketelivatan Informasi Politik Dan Pemilihan Umum” membuktikan bahwa media sosial dapat memengaruhi masyarakat untuk mendapatkan informasi politik kearah yang positif.

Penelitian lainnya yang berjudul “Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik” dan menemukan bahwa media sosial seharusnya digunakan untuk membangun jaringan komunikasi politik demi mencapai prinsip keterbukaan komunikasi untuk pemerintahan yang demokratis.

Dan satu penelitian lagi menyatakan bahwa agar efektif, komunikasi politik harus kreatif dan penyampaian komunikasi dua arah juga memperhatikan bahasa yang dipilih agar tetap menghasilkan kesan baik pada masyarakat, penelitian tersebut berjudul “Komunikasi Politik di Era Media Sosial”. Perbedaan penelitian- penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini dibutuhkan perspektif mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan media sosial sebagai yang melihat efektivitas komunikasi politik di media sosial dilihat dari seberapa sering konten politik muncul serta respon masyarakat terhadap konten-konten tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur intensitas mahasiswa melihat konten komunikasi politik dalam media sosial. Selain itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perspektif mahasiswa akan respon masyarakat terhadap komunikasi politik yang ada dalam media sosial. Terakhir, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat efektivitas komunikasi politik pada media sosial dalam sudut pandang/perspektif mahasiswa agar dapat menjadi improvement komunikator dimasa yang akan datang.

Politik memiliki sistemnya tersendiri dimana salah satu diantaranya komponennya adalah dengan adanya komunikasi politik. Komunikasi politik ini harus terbangun secara baik agar dapat menjembatani informasi antara yang memimpin dan yang dipimpin/pemerintah dan masyarakat. Media sosial sebagai salah satu hasil perkembangan teknologi menjadi terobosan baru bagi dunia politik sebagai sarana menyampaikan komunikasinya. Namun, komunikasi yang disampaikan pada masyarakat luas perlu efektif dan sebisa mungkin menuai respon positif. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat guna melihat efektivitas komunikasi politik pemerintah selama ini dari sudut pandang mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan media sosial (Paramitha et al., 2022). Komunikasi Politik memiliki beberapa fungsi seperti artikulasi, agregasi, dan sosialisasi yang ada dalam sistemnya. Komunikasi politik merupakan prasyarat (prerequisite) bagi berfungsinya fungsi-fungsi politik yang lain (Almond and Powell). Salah satu faktor yang memengaruhi komunikasi politik adalah teknologi, komunikasi politik akan berubah sesuai berkembangnya faktor teknologi ini (Heru, 2022).

Bentuk-bentuk komunikasi politik ada 1) Agitasi dan Retorika; 2) Public Realition; 3) Lobi-lobi Politik. Pada Agitasi dan Retorika, Aristoteles menyebutkan retorika sebagai seni persuasi yaitu uraian yang singkat, jelas dan menakutkan dengan menggunakan keindahan bahasa dalam penyampaianya. Dalam pengertian yang lebih luas retorika diartikan sebagai seni mempergunakan bahasa secara efektif. Aristoteles menegaskan bahwa retorika dipergunakan untuk membenarkan hingga mempertahankan sesuatu yang didasarkan pada kebaikan masyarakat dalam artian universal. Retorika juga dapat didefinisikan sebagai usaha membangun pandangan positif melalui penyatuan perasaan, harapan, sikap dan akhirnya diharapkan untuk dapat bekerja sama sesuai dengan tujuan yang menyampaikan (Mutiarasani, 2020). Retorika ini dalam komunikasi politik sering dilakukan dengan cara berpidato, namun melihat perkembangan teknologi, retorika juga dapat dilakukan dalam internet.

Kemudian Mutiarasani (2020) menambahkan faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi politik diantaranya 1) Kredibilitas, keahlian dan kepercayaan yang dimiliki komunikator; 2) Daya Tarik, bisa terjadi karena penampilan fisik hingga gaya bicara komunikator 3) Kesamaan, sumber disukai oleh audience bisa jadi karena sumber tersebut mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan; 4) Power, menurut Petty, 1996 dalam Mutiarasani (2020) adalah “*the*

*extent to which the source can administer rewards or punishment.*” Pesan yang disampaikan dari komunikator yang mempunyai kekuatan akan lebih mudah tersampaikan.

Penggunaan media sosial sebagai alat dalam marketing politik terbagi dalam dua arus besar: *cyber-optimists* dan *cyber-pesimist* (Norris, 2003). Kalangan *cyber-optimist* percaya bahwa media sosial sebagai anak kandung internet menawarkan berbagai peluang baru. Media sosial meniadakan sekat-sekat konvensional dalam interaksi antara publik dengan politisi maupun pemerintah. Penggunaannya diyakini akan berpengaruh terhadap munculnya perubahan politik dan memperluas akses dan keterlibatan masyarakat. Sementara kalangan *cyber-pesimist* justru sebaliknya. Media sosial sekadar memprekuat politik yang memang sudah kuat dipandangan masyarakat. Efektivitas sosial berpihak pada mereka yang memang sudah terlibat dari politik sebelumnya (Utomo, 2013).

Melalui penelitian ini, perspektif mahasiswa dalam meninjau konten-konten politik di media sosial serta respon masyarakat dalam konten tersebut diharapkan dapat menjadi bahan *improvement* komunikator dalam penyampaian komunikasi politik di masa yang akan datang. Tujuan lanjutannya adalah agar politik di Indonesia tetap dapat menjalankan sistemnya dengan sebaik mungkin dan selalu melakukan terobosan dan perkembangan baru seiring dengan perkembangan zaman.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*) yang merupakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*, di mana peristiwa yang telah terjadi diamati ke belakang untuk meneliti faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya peristiwa tersebut. Pendekatan ini melibatkan identifikasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya dan mencari kemungkinan variabel penyebabnya. Desain dasarnya melibatkan pemilihan dua atau lebih kelompok yang berbeda pada variabel tertentu dan membandingkannya pada variabel lain tanpa adanya manipulasi. Instrumen yang digunakan adalah kuisioner melalui aplikasi Google Form. Prosedur penelitian ini terdiri dari lima tahap, yakni perumusan masalah, penentuan kelompok utama (mahasiswa yang merasa komunikasi politik melalui media sosial efektif) dan kelompok pembanding (mahasiswa yang merasa belum efektif), pengumpulan data melalui pengisian kuisioner oleh mahasiswa partisipan, dan analisis data untuk menjawab rumusan masalah. Penelitian ini membutuhkan minimal 30 partisipan mahasiswa aktif berusia 18-24 tahun tanpa membatasi program studi atau tingkatan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang efektivitas komunikasi politik melalui media sosial dari perspektif mahasiswa sebagai generasi muda yang aktif menggunakan platform tersebut.

## Hasil dan pembahasan

Konten komunikasi politik di media sosial dianggap/dirasa sering dilihat oleh mahasiswa, hal ini terlihat dari hasil penelitian dibawah bahwa dari 35 mahasiswa sebagai responden, terdapat 26 mahasiswa merasa sering melihat konten politik. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Perbandingan data mahasiswa dalam intensitasnya melihat konten politik

Grup	Frekuensi	Presentase
Sering	26	74.3%
Tidak Sering	9	25.7%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Dari 35 responden yang berasal dari kalangan mahasiswa, terdapat 26 atau jika dipresentasikan ada 74.3% mahasiswa yang merasa sering melihat konten politik di media sosial. Sisanya, terdapat 9

atau jika dipresentasikan 25,7% mahasiswa yang merasa tidak sering melihat konten politik meski aktif di media sosial.

Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa pada 35 perspektif mahasiswa, respon negatif masyarakat dirasa lebih sering terlihat di media sosial dibanding dengan respon positif pada konten-konten politik di media sosial, hal ini dapat dilihat dari data di bawah.

Tabel 2. Data perspektif mahasiswa akan respon masyarakat

<b>Grup</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<u>Respon Positif</u>	17	48,6%
<u>Respon Negatif</u>	18	51,4%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Dari 35 responden yang berasal dari kalangan mahasiswa, terdapat 18 atau jika dipresentasikan ada 48.6% mahasiswa yang memiliki perspektif bahwa respon masyarakat cenderung positif pada konten politik di media sosial. Sisanya, terdapat 17 atau jika dipresentasikan 51.4% mahasiswa yang memiliki perspektif bahwa respon masyarakat cenderung negatif pada konten politik di media sosial.

Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa pada 35 perspektif mahasiswa, 23 mahasiswa merasa komunikasi politik sudah efektif dilakukan terlepas dari respon negative ataupun positif dari masyarakatnya. Hal ini dapat dilihat dari data di bawah.

Tabel 3. Data perspektif mahasiswa akan efektivitas komunikasi politik di media sosial

<u>Grup</u>	<u>Frekuensi</u>	<u>Presentase</u>
<u>Sudah Efektif</u>	23	65.7%%
<u>Belum Efektif</u>	12	34.3%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Dari 35 responden yang berasal dari kalangan mahasiswa, terdapat 23 atau jika dipresentasikan ada 65.7% mahasiswa yang memiliki perspektif bahwa komunikasi politik melalui media sosial sudah efektif dilakukan. Sisanya, terdapat 12 atau jika dipresentasikan 34.3% mahasiswa yang memiliki perspektif bahwa komunikasi politik melalui media sosial belum efektif dilakukan.

Minat pemilih muda akan meningkat ketika politisi mampu menciptakan ruang dialog dua arah dalam media sosial (Stieglitz & Dang-Xuan, 2012). Perubahan pola komunikasi menjadi momentum awal ketercerabutan kandidat atau politisi dari partai politik. Perubahan strategi komunikasi politisi menjadi penting demi mendapat perhatian dair media hingga para politisi rela menggunakan konsultan publik dan melebih-lebihkan konten medianya (Utomo, 2013)

Media sosial telah menjadi sarana komunikasi politik yang perannya lebih penting dari partai politik dan warga (lihat McNair, 2003). Komunikator disini memerlukan media sosial untuk memastikan pesan-pesan politiknya seperti pernyataan sikap, maupun kampanye sampai dengan baik kepada publik. Media sosial memiliki pengaruh yang jauh lebih meraksasa dibanding apa yang bisa dilakukan oleh partai politik dalam menyampaikan pesan- pesannya. Konsekuensinya, aktor-aktor politik bersaing dalam media sebagai tempat utamanya (Utomo, 2013).

Dari hasil diatas, dapat diketahui bahwa media sosial kerap menjadi senjata utama dala komunikais politik terutama untuk kepentingan organisasi seperti pemilu dan branding pemimpin perseorangan. Konten-konten politik yang dirasa sering dilihat mahasiswa berupa ajakan pemilu, informasi kebijakn baru hingga postingan pribadi pejabat yang turun ke masyarakat menandakan bahwa media sosial saat ini memang memiliki peran yang besar dalam dunia politik. Intensitas

mahasiswa dalam melihat konten politik sebagai generasi muda yang waktunya banyak dihabiskan menyelam dalam media sosial menunjukkan bahwa konten politik yang diunggah dalam media sosial sudah dijadikan hal yang penting dalam dunia perpolitikan. Setiap konten politik yang diunggah komunikator akan memengaruhi banyak hal dalam dunia politik, termasuk output dalam sistem politik itu sendiri (Malihah et al., 2020).

Meskipun berita dalam media sosial belum valid, namun masyarakat tetap lebih percaya berita dalam media sosial. Dalam situasi persaingan politik antar kelompok yang memanas, masyarakat lebih menyukai pesan media sosial yang bermuatan kritik dan tuduhan negatif terhadap kelompok politik yang tidak sejalan, maka wajar jika semakin keras kritik yang meskipun tidak berdasarkan pada aspek faktual justru menjadi semakin disukai dan berkembang pesat tanpa batasan stratifikasi sosial, ekonomi dan politik (Susanto, 2017).

Kekuatan dan popularitas media sosial, partai politik, institusi politik, kelompok-kelompok politik, dan berbagai entitas di masyarakat yang bersentuhan dengan pemerintah dan kekuasaan negara, berupaya memanfaatkan media sosial sebagai pendukung kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Kelompok-kelompok politik ini menggalang opini untuk menyalahkan pihak yang tidak disukai dan secara berkesinambungan mengeksplorasi pesan dalam arena persaingan. Media sosial dalam jaringan resmi kelompok politik tidak berdiri sendiri dalam mengeksplorasi informasi untuk kepentingan kelompok, sebab muncul sedemikian banyak media sosial dari pendukung dan simpatisan yang menyebarkan berita-berita bohong yang tidak sejalan dengan sikap resmi lembaga ataupun kelompok politik (Susanto, 2017).

Sebagaimana dikatakan Asp dan Esaiasson (1996), kecenderungan pergeseran strategi komunikasi tersebut justru memiliki dampak negatif yang besar terutama bagi masyarakat. Pangkalnya, dunia politik sebagaimana terlihat dalam media massa menjadi semakin penuh dengan drama. Publik sebagai konsumen media massa, melihat dunia politik sebagaimana yang terlihat dan ditampilkan oleh media.

Dari hasil diatas, dapat diketahui komunikasi politik harus diperhatikan oleh komunikator karena komunikasi politik yang kurang tepat akan lebih besar menuai respon negatif dari masyarakat. Perspektif mahasiswa mengenai masih dominannya respon negatif masyarakat pada konten politik dalam penelitian ini cukup membuktikan bahwa komunikasi politik saat ini khususnya di Indonesia masih memerlukan perbaikan. Pemerintah sebagai komunikator disini perlu mengatur strategi baru sebagai bentuk *improvement* komunikasi politik dalam media sosial. Komunikasi politik disini juga sebisa mungkin harus disampaikan dengan kreatif dan berhati-hati mengingat mudahnya tersebar berita yang tidak valid dan masyarakat yang mudah percaya akan berita di media sosial.

Media sosial berpihak pada politikus yang bekerja sepanjang waktu. Bukan pekerjaan instan. Politikus yang intens sibuk menyebarkan ide serta membuka forum diskusi dalam beberapa bidang tertentu sepanjang waktu akan mendapat hasilnya saat pemilu (Ardha, 2014).

Media sosial tidak cocok untuk politisi "kosong", tapi hanya bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tak cocok bagi yang egois, melainkan bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap permasalahan rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik (Ardha, 2014).

Strategi Pemasaran yang dilakukan komunikator politik Indonesia masih terikat sistem nilai "primordialisme". Franz Magnis Suseno membedakan antara keterikatan primordial yang wajar dan sikap *promordialistik* yang tidak wajar. Jika ada pemasaran, komunikator politik di Indonesia pada dasarnya hanya melakukan pemasaran organisasi (*organization marketing*). Pemasaran ini tidak mementingkan konsumen, melainkan hanya mementingkan organisasi saja (Ardha, 2014).

Dari hasil diatas, dapat diketahui bahwa dalam perspektif mahasiswa sebagai generasi muda, komunikasi politik di media sosial saat ini sudah cukup efektif meski masih ada beberapa mahasiswa

yang memiliki perspektif bahwa komunikasi politik masih kurang efektif. Komunikasi politik saat ini masih memerlukan peningkatan/*improvement* sesuai dengan berkembangnya teknologi yang ada.

Selain itu, pemerintah sebagai komunikator juga harus memerhatikan gaya bahasa dua arah dan yang paling penting adalah komunikasi politik dalam media sosial tidak hanya terfokus untuk kepentingan organisasi saja, namun juga masyarakat sebagai konsumen pada konten komunikasi politik yang dibuat. Komunikasi politik diharapkan terus meningkatkan kualitasnya agar dapat menjadi modal pemerintah untuk menjembatani informasi pada masyarakat sebagai ciri kepemimpinan yang demokratis.

## Simpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan perspektif mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan media sosial, media sosial ini memiliki peran penting dalam komunikasi politik meski dianggap masih sering menimbulkan respon negatif dari masyarakat. Intensitas konten politik yang muncul di media sosial juga dirasa sering terlihat oleh mahasiswa. Meski begitu, pemerintah sebagai komunikator tetap harus memperhatikan konten yang diupload agar tidak menimbulkan banyak respon negatif serta konten harus kreatif dan menarik agar masyarakat mengingat atau mendapat kesan dari konten yang diupload di media sosial tersebut. Perspektif mahasiswa mengenai konten politik dalam media sosial juga dianggap sudah efektif dilakukan dimasa sekarang mengingat kemajuan teknologi yang harus selalu dimanfaatkan oleh semua kalangan, salah satunya adalah dari kalangan politik. Efektivitas yang sudah dianggap terlihat ini masih perlu ditingkatkan dan diperbaiki oleh pihak-pihak terkait demi terus berjalannya sistem politik yang berjalan dari input dan menghasilkan output yang sebaik mungkin. Dengan dibuatnya penelitian ini diharapkan perspektif mahasiswa dapat membantu dunia politik khususnya di Indonesia kerap melakukan *improvement* atau peningkatan pada komunikasi politiknya khususnya dalam media sosial.

## Referensi

- Adinugroho, B. dkk. (2019). Media Sosial dan Internet Dalam Ketelibatan Informasi Politik dan Pemilihan Umum. *Jurnal: Representamen*. 5(02). 80-95.
- Anggraeni, L., Darmawan, C., & Tanszil, S. W. (2020). *The Use of Comic-Based Technology: Media Cultivation of Values in the Nation Defense*. 418(Acec 2019), 428-431. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200320.081>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*. 13(01). 105-120.
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*. 8(1). 91-102.
- Asp, K., dan Esaiasson, P. (1996). *The Modernization of Swedish Campaign: Individualization, Professionalization, and Medialization*. Dalam Swanson, David L. dan Mancini, Paolo.
- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2010). Myfacetube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*. 28(1), 24-44.
- Crozier, M. (2006). *Rethinking Political Communication as Recursive Governance*. Fukuoka Japan : 20th International Political Science Association World Congress.
- De la, Poypea and Suresh Sood. (2012) Public Sphere Dialogue in Online Newspapers and Social Spaces: The Nuclear Debate in Post Fukushima France. *Journal "Public Communication Review"*. (Vol 2 No. 2, 31-33)
- Felicia, R. (2018). Peran *Buzzer* Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Jurnal Koneksi*. 2(2). 352-359.
- Heru. (2020). *Komunikasi Politik*. diakses dari: pakarkomunikasi.com
- Komariah, K., dan Kartini, D. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *Jurnal ARIST*. 7(2).
- Mutiarasani, V. (2020). *Komunikasi Politik*. diakses dari: [www.academia.edu](http://www.academia.edu)
- 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>

- Sabani, N. (2018). Noveliyati Sabani, Generasi Milenial dan Absurditas Debat Kusir Virtual. *Jurnal: Kajian Ilmu Komunikasi*. 48(1). 95-108. doi: <http://dx.doi.org/10.21831/informasi>. v48i1. 18078
- Susanto, E. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal Aspikom*. 3(3). 379-398.
- Utomo, W. (2013). Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal: Ilmu Sosial dan Politik*. 17(1). 67-84.
- Paramitha, S. T., Komarudin, Fitri, M., Anggraeni, L., & Ramadhan, M. G. (2022). Implementation of Healthy Gymnastics and Use of Technology as an Effort to Maintain Body Immunity during the Pandemic. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 10(2), 328–340. <https://doi.org/10.46328/IJEMST.2290>
- Widiarto. (2013). *Penelitian Ex Post Facto*. Fakultas Teknik: Universitas Negeri Yogyakarta.