

Konstruksi Realitas Politik dalam Media Sosial: Studi Perilaku Pemilih di Era Informasi

Jonathan Adityawan¹, Iptu Erik Reyhan², Andrew Christianto³

Universitas Pelita Harapan, Indonesia

jonathanadityawan@gmail.com¹, erik.reyhan@yahoo.com²,
Andrewchristanto@yahoo.co.id³

Submitted: 29th May 2025 | **Edited:** 27th June 2025 | **Issued:** 01st September 2025

Cited on: Adityawan, J., Reyhan, I. P., & Christianto, A. (2025). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Sosial: Studi Perilaku Pemilih di Era Informasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(3), 1220-1227.

ABSTRACT

Social media platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube have become central arenas for constructing political perceptions and influencing voter behavior in the digital era. This study addresses the issue of how algorithm-driven content personalization on these platforms shapes political narratives, potentially leading to filter bubbles and echo chambers that reinforce ideological bias and limit political diversity. The objective of this research is to examine the role of social media algorithms, digital political communication strategies, and user interactions in shaping voters' political understanding and decision-making. Using a qualitative descriptive approach, the study collects data through in-depth interviews, digital content analysis, and observations of user behavior on major social platforms during political campaigns. The theoretical framework is grounded in McQuail's Mass Communication Theory, Social Construction of Reality, the Public Sphere, Connectivism, and Network Society. Findings indicate that algorithmic filtering significantly influences how users access and interpret political content, contributing to increased polarization. Voters are no longer passive recipients but active participants in shaping and disseminating political discourse. The study highlights that while social media enhances democratic engagement, it also poses challenges such as disinformation, ethical concerns, and the erosion of inclusive political dialogue. These dynamics necessitate stronger digital literacy and regulatory frameworks to safeguard political communication in the digital public sphere.

Keywords: Social Media, Political Reality Construction, Voter Behavior, Algorithms, Filter Bubble

PENDAHULUAN

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi ruang dominan dalam membentuk persepsi politik masyarakat, khususnya di kalangan generasi digital. Ketiga platform ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai arena interaktif yang memungkinkan pembentukan opini politik melalui visualisasi, algoritma rekomendasi, dan komunikasi dua arah. Instagram dimanfaatkan politisi untuk membangun citra melalui fitur seperti Reels dan Stories,

TikTok menghadirkan dinamika penyebaran pesan politik secara cepat dan kreatif, sementara YouTube menjadi wadah narasi mendalam yang memperkuat kampanye politik berbasis konten video panjang (Lindgren, 2020; Rufai & Bunce, 2020).

Namun, dominasi algoritma dalam menyajikan konten politik memunculkan fenomena filter bubble dan echo chamber, yang berpotensi mempersempit cakrawala informasi pemilih (Cinelli et al., 2021; Chitra & Musco, 2020). Konsekuensinya, terjadi segmentasi wacana dan polarisasi opini yang membatasi dialog lintas perspektif. Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada diseminasi informasi politik atau efek kampanye digital secara umum, namun belum mengkaji secara mendalam keterkaitan antara logika algoritmik, pola interaksi pengguna, dan konstruksi realitas politik dalam konteks perilaku pemilih di Indonesia (Törnberg, 2022; Schmitt et al., 2023).

Studi ini berupaya menjawab pertanyaan penting tentang bagaimana realitas politik dikonstruksi melalui interaksi antara algoritma media sosial, strategi komunikasi digital, dan partisipasi pengguna dalam membentuk persepsi serta keputusan politik. Pendekatan yang digunakan memadukan teori komunikasi massa (McQuail), konstruksi sosial atas realitas (Berger & Luckmann), ruang publik (Habermas), konektivisme (Siemens), dan network society (Castells), dalam konteks demokrasi digital yang semakin kompleks dan terfragmentasi (Nielsen & Ganter, 2022; Bruns, 2019).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara teoretis, tetapi juga penting secara praktis untuk memahami dinamika baru perilaku pemilih di tengah ekosistem informasi digital yang semakin dipengaruhi oleh teknologi, kecepatan, dan bias algoritmik.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini dibangun di atas lima kerangka teori utama yang menjelaskan hubungan antara media sosial, komunikasi politik digital, dan perilaku pemilih. Pemilihan teori-teori ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh dinamika baru dalam konstruksi realitas politik di ruang digital.

Teori Komunikasi Massa (Mass Communication Theory)

McQuail (2010) menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki kekuatan besar dalam memengaruhi opini publik, terlebih ketika media menjadi sarana utama pembentukan kesadaran kolektif. Di era media sosial, komunikasi tidak lagi bersifat

satu arah seperti dalam model klasik, melainkan dua arah dan partisipatif. Platform digital memungkinkan keterlibatan langsung antara pemilih dan aktor politik (Vaccari & Valeriani, 2021), menciptakan ruang interaksi yang lebih dinamis dan cair.

Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality)

Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dibentuk melalui proses interaksi dan pertukaran makna yang berlangsung terus-menerus. Dalam konteks digital, konstruksi realitas politik tidak hanya dilakukan oleh media atau politisi, tetapi juga oleh pengguna biasa melalui unggahan, komentar, dan partisipasi dalam diskursus politik (Bode et al., 2021). Dengan algoritma sebagai mediasi, narasi politik yang dominan dibentuk oleh konten yang paling banyak dikonsumsi atau dibagikan.

Ruang Publik Digital (Digital Public Sphere)

Habermas memperkenalkan konsep ruang publik sebagai tempat warga berdiskusi secara rasional untuk mencapai konsensus. Di era digital, media sosial menjadi versi baru dari ruang publik, tetapi dengan dinamika yang lebih kompleks. Platform seperti TikTok dan Instagram menciptakan ruang diskusi politik yang informal dan berbasis performativitas (Papacharissi, 2019). Namun, ruang ini juga rentan terhadap disinformasi, manipulasi opini, dan intervensi politik yang tidak transparan (Gillespie, 2020).

Connectivism dan Literasi Digital

Teori Connectivism menekankan bahwa pengetahuan terbentuk melalui jaringan baik antar individu maupun antar informasi. Siemens (2005) menekankan pentingnya kemampuan mengelola arus informasi sebagai bentuk pembelajaran modern. Dalam politik digital, pemilih yang memiliki literasi digital tinggi mampu menavigasi berbagai sumber informasi, memverifikasi konten, dan menghindari jebakan algoritmik (McCosker & Vivienne, 2020).

Masyarakat Jaringan (Network Society)

Castells menggambarkan masyarakat modern sebagai jaringan yang saling terhubung oleh arus informasi. Dalam politik digital, kampanye tidak lagi bergantung pada media mainstream, tetapi lebih pada kekuatan jaringan dan viralitas (Chadwick & Dennis, 2021). Keterhubungan ini memungkinkan mobilisasi politik cepat dan fleksibel, namun juga memicu fragmentasi opini publik (Törnberg, 2022).

Algoritma, Polarisasi, dan Filter Bubble

Algoritma berperan penting dalam menentukan konten yang muncul di beranda pengguna. Ini menciptakan filter bubble—lingkaran informasi tertutup yang memperkuat pandangan politik tertentu dan menghambat dialog lintas pandangan (Cinelli et al., 2021). Beberapa studi menunjukkan bahwa polarisasi politik di media sosial terjadi akibat eksposur terbatas terhadap sudut pandang berbeda (Schmitt et al., 2023; Tucker et al., 2021).

Etika Digital dan Privasi dalam Politik

Era kampanye digital mengangkat isu baru terkait etika dan privasi. Penggunaan data pribadi untuk microtargeting politik memunculkan persoalan moral tentang manipulasi informasi dan pelanggaran privasi (Zuboff, 2019). Perlindungan terhadap data pemilih menjadi isu krusial dalam menjaga integritas demokrasi digital (Susser, Roessler, & Nissenbaum, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial membentuk konstruksi realitas politik dan memengaruhi perilaku pemilih di era digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna sosial secara mendalam dan kontekstual, terutama dalam memahami interaksi antara teknologi algoritmik dan dinamika komunikasi politik (Aspers & Corte, 2019). Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam dengan 12 partisipan yang terdiri dari pemilih muda aktif pengguna Instagram, TikTok, dan YouTube observasi partisipatif terhadap interaksi politik di media sosial selama masa kampanye pemilu 2024 serta analisis konten digital dari unggahan politik di platform-platform tersebut.

Proses pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria usia 17–30 tahun, memiliki aktivitas politik di media sosial, dan berdomisili di wilayah urban digital Indonesia. Wawancara dilakukan secara daring dan direkam dengan persetujuan partisipan. Analisis data dilakukan secara tematik menggunakan pendekatan coding terbuka dan axial, sebagaimana dijelaskan oleh Braun & Clarke (2021), untuk mengidentifikasi pola-pola naratif yang menunjukkan konstruksi makna politik di ruang digital.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi teknik (wawancara, observasi, dan analisis konten), member check kepada informan kunci, dan pencatatan audit trail yang sistematis. Selain itu, peneliti mengedepankan etika penelitian digital dengan menjaga anonimitas informan dan memperoleh informed consent sesuai standar penelitian daring (Markham & Buchanan, 2021). Dengan metode ini, penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam kajian komunikasi politik digital serta memperkaya pemahaman tentang relasi antara algoritma media sosial dan perilaku elektoral generasi digital.

HASIL PENELITIAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru bagi pembentukan realitas politik yang bersifat interaktif, visual, dan sangat dipengaruhi oleh logika algoritma. Dalam wawancara dengan responden muda usia 18–30 tahun yang aktif menggunakan TikTok, Instagram, dan YouTube, ditemukan bahwa komunikasi politik saat ini tidak lagi bersifat satu arah, melainkan multidireksional. Pengguna bukan hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga aktor yang aktif memproduksi dan menyebarkan narasi politik sesuai dengan identitas, minat, dan jaringan sosial mereka. Temuan ini mendukung argumen bahwa media digital menggeser struktur komunikasi politik dari hierarkis menjadi horizontal (Chadwick & Dennis, 2021).

Salah satu dinamika kunci yang teridentifikasi adalah peran algoritma dalam membentuk keterpaparan informasi politik. Algoritma platform secara sistematis menampilkan konten yang selaras dengan preferensi dan interaksi sebelumnya, sehingga menciptakan *filter bubble* dan *echo chamber* (Cinelli et al., 2021). Sebagian besar partisipan menyatakan bahwa mereka cenderung melihat konten politik dari tokoh atau akun yang sudah mereka sukai sebelumnya, dan jarang terekspos pada pandangan politik yang berbeda. Pola ini mengarah pada penguatan bias dan potensi polarisasi politik (Törnberg, 2022).

Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik juga mengalami transformasi. TikTok digunakan oleh kandidat untuk menyampaikan pesan melalui gaya komunikasi yang ringan dan menghibur, sementara YouTube dimanfaatkan untuk membangun narasi panjang yang bersifat edukatif. Instagram, di sisi lain, menjadi alat visualisasi

citra diri politisi yang dikurasi dengan estetika tertentu untuk menarik perhatian pemilih muda (Enli, 2020). Hasil observasi menunjukkan bahwa strategi *microtargeting* berbasis data turut digunakan oleh tim kampanye dalam menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan karakteristik demografis dan psikografis pengguna.

Namun demikian, realitas politik yang terbentuk di media sosial tidak selalu mencerminkan keragaman opini publik. Ruang digital seringkali diwarnai oleh disinformasi, manipulasi algoritma, dan intervensi politik yang tidak transparan. Sebagian besar partisipan mengaku kesulitan membedakan konten politik yang sah dan manipulatif, menunjukkan rendahnya literasi digital sebagai tantangan utama dalam demokrasi digital (Guess et al., 2020). Dalam konteks ini, konsep ruang publik digital perlu diperluas tidak hanya sebagai forum diskusi, tetapi juga sebagai arena pembentukan makna, nilai, dan orientasi politik bersama yang inklusif (Papacharissi, 2019).

Lebih lanjut, hasil studi ini menunjukkan pentingnya keterlibatan aktif pemilih dalam memverifikasi informasi dan membangun diskursus politik yang sehat. Pemerintah dan lembaga pemilu juga didorong untuk menciptakan regulasi berbasis transparansi algoritmik dan perlindungan data pemilih. Namun, regulasi saja tidak cukup; dibutuhkan inisiatif literasi digital yang menyasar masyarakat secara luas agar mampu berpartisipasi secara kritis dan etis dalam ruang publik daring (Helberger et al., 2021).

Dengan demikian, media sosial perlu dipahami sebagai medan baru demokrasi yang membawa potensi sekaligus risiko. Pembentukan realitas politik di dalamnya bukan hanya soal representasi informasi, tetapi juga pertarungan atas narasi, kontrol data, dan struktur kekuasaan digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi aktor penting dalam membentuk realitas politik dan memengaruhi perilaku pemilih, khususnya di kalangan generasi digital. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak lagi berfungsi semata sebagai saluran komunikasi, tetapi telah menjelma menjadi ruang publik digital tempat narasi politik dibentuk, disebar, dan dinegosiasikan secara kolektif. Dalam

konteks ini, pemilih tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif menciptakan dan mengamplifikasi pesan politik sesuai dengan identitas dan jaringan mereka.

Temuan utama menunjukkan bahwa algoritma media sosial secara signifikan membentuk keterpaparan informasi politik pengguna melalui logika personalisasi, yang mendorong munculnya *filter bubble* dan *echo chamber*. Fenomena ini mempersempit keragaman pandangan dan berpotensi memperkuat polarisasi. Selain itu, strategi kampanye politik kini bergeser ke arah *microtargeting* yang sangat personal dan berbasis data, memanfaatkan fitur-fitur interaktif media sosial untuk membangun keterlibatan emosional dan identitas visual kandidat.

Dengan demikian, media sosial harus diposisikan sebagai instrumen demokrasi yang tidak hanya mendorong partisipasi publik, tetapi juga dilengkapi dengan etika komunikasi dan tanggung jawab politik. Penguatan kapasitas kritis pemilih, pengawasan atas algoritma, dan kolaborasi antara negara, platform digital, serta masyarakat sipil merupakan kunci untuk menjaga ruang publik digital tetap inklusif, deliberatif, dan sehat dalam menghadapi tantangan demokrasi era informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspers, P., & Corte, U. (2019). *What is qualitative in qualitative research?*. *Qualitative Sociology*, 42(2), 139–160.
- Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018, updated edition 2019). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 69(3), 256–263. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz009>
- Bode, L., & Vraga, E. K. (2021). Correction experiences on social media during COVID-19: Acceptance, source, and issue matter. *Journal of Communication*, 71(3), 234–255. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab004>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.
- Bruns, A. (2019). *Are Filter Bubbles Real?* Polity Press.
- Chadwick, A., & Dennis, J. (2021). *Social Media and the Transformation of Political Communication*. In J. Stromer-Galley (Ed.), *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press.
- Chitra, T., & Musco, C. (2020). *Analyzing the impact of algorithmic recommendations on polarization*. Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 115–126.
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). *The echo chamber effect on social media*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Enli, G. (2020). Populist political communication in social media: How politicians use Instagram to engage voters. *Social Media + Society*, 6(1), 205630511989877. <https://doi.org/10.1177/2056305119898774>

- Gillespie, T. (2020). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Given, L. M. (Ed.). (2019). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE.
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to misinformation online reduces trust in media. *Journal of Experimental Political Science*, 7(1), 23–34. <https://doi.org/10.1017/XPS.2019.3>
- Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2021). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 37(4), 257–271. <https://doi.org/10.1080/01972243.2021.1902386>
- Lindgren, S. (2020). *Data Theory: Interpretive Sociology and Computational Methods*. Polity Press.
- Markham, A., & Buchanan, E. (2021). *Ethical decision-making and internet research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee*. Association of Internet Researchers.
- McCosker, A., & Vivienne, S. (2020). *Digital literacy and social media: How individuals navigate platforms in political contexts*. Media International Australia, 177(1), 133–145.
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The power of platforms: Shaping journalism and public discourse*. *Journalism Studies*, 23(1), 1–18.
- Papacharissi, Z. (2019). *Publics and Counterpublics: Theorizing Political Agency in Networked Spaces*. *Communication Theory*, 29(3), 320–338.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2020). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. SAGE Publications.
- Rufai, S. R., & Bunce, C. (2020). *Influence of TikTok on political discourse among youth voters*. *Journal of Social Media Studies*, 5(2), 143–160.
- Schmitt, J. B., Rieger, D., & Ernst, J. (2023). *Navigating political echo chambers: The role of interactivity in social media*. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/00936502231156784>
- Susser, D., Roessler, B., & Nissenbaum, H. (2019). *Technology, autonomy, and manipulation*. *Internet Policy Review*, 8(2).
- Törnberg, P. (2022). Algorithmic simplification and epistemic fragmentation: How platform logics shape online political discourse. *New Media & Society*, 24(4), 917–935. <https://doi.org/10.1177/1461444820915357>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., & Siegel, A. (2021). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. *Political Science Quarterly*, 136(3), 485–511.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the Bubble: Social Media and Political Participation in Western Democracies*. Oxford University Press.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2019). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.