

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP POLEMIK POLITIK DI
SOSIAL MEDIA**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Magister
dalam Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam



Oleh:

DERYL ARDICA

NIM: 2201028009

**PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : **Deryl Ardica**
NIM : 2201028009
Judul Penelitian : **Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik di Sosial Media**
Program Studi : Magister Komunikasi Penyiaran Islam
Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP POLEMIK POLITIK DI SOSIAL MEDIA

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 16 September 2024
Pembuat pernyataan,



Deryl Ardica
NIM: 2201028009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA**

Jl. Walisongo 3-5, Semarang 50185, Indonesia, Telp.- Fax: +62 24 7614454,
Email: pascasarjana@walisongo.ac.id, Website: <http://pasca.walisongo.ac.id/>

PENGESAHAN TESIS

Tesis yang ditulis oleh:

Nama lengkap : **Deryl Ardica**

NIM : 2201028009

Judul Penelitian : Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media

Telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Tesis pada tanggal 30 September 2024 dan layak dijadikan syarat memperoleh Gelar Magister dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Disahkan oleh:

Nama lengkap & Jabatan

Tanggal

Tanda tangan

Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos., I., M.S.I
Ketua Sidang/Penguji I

4-11-2024

Nadiatus Salama, M.Si., Ph.D.
Sekretaris Sidang/Penguji II

11-11-2024

Dr. Hj. Siti Solikhati, MA.
Penguji III

4-11-2024

Prof. Dr. Ali Murtadho, M. Pd.
Penguji IV

6-11-2024



NOTA DINAS

Semarang, 05 September 2024

Yth. Direktur Pascasarjana
UIN Walisongo
Semarang

di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

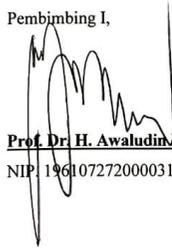
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Deryl Ardica**
NIM : 2201028009
Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik di Media Sosial**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam sidang hasil tesis.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Awaludin Pimay Lc., M. Ag.

NIP. 196107272000031001

NOTA DINAS

Semarang, 13 September 2024

Yth. Direktur Pascasarjana
UIN Walisongo
Semarang

di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Deryl Ardica**
NIM : 2201028009
Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik di Media Sosial**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam sidang hasil tesis.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II,



Nadiatus Salama M.Si., Ph.D.

NIP. 197806112008012016

ABSTRAK

Judul : **Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Penulis : Deryl Ardica

NIM : 2201028009

Penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial, yang semakin relevan di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat. Dengan meningkatnya keterlibatan individu di platform digital, studi ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap polemik politik. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan yang mewakili beragam latar belakang pendidikan, sosial dan politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tidak bersifat pasif; sebaliknya, hal ini merupakan hasil dari interaksi kompleks antara pengalaman hidup, sistem nilai, dan kondisi emosional individu, yang dibentuk oleh konteks sosial serta pengaruh figur publik. Temuan ini mengindikasikan bahwa figur publik, khususnya tokoh agama, memainkan peran krusial dalam menyampaikan pesan yang menekankan nilai persatuan dan kesantunan, sehingga mampu menciptakan persepsi positif dan mengurangi potensi konflik. Sebaliknya, informasi yang bersifat provokatif dalam konteks sosial yang polaritas dapat menyebabkan persepsi negatif dan memperdalam ketegangan sosial. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital untuk membekali masyarakat dengan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi dinamika politik di media sosial. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup perluasan cakupan metodologi dan eksplorasi lebih dalam terhadap dampak algoritma media sosial dalam membentuk opini publik, yang diharapkan dapat memberikan wawasan lebih komprehensif mengenai interaksi individu dengan informasi politik di platform digital.

Kata kunci: Persepsi masyarakat, polemik politik, media sosial.

ABSTRACT

Title : **Public Perception of Political Polemics on Social Media**
Author : Deryl Ardica
Student ID : 2201028009

This study focuses on public perception of political polemics on social media, an increasingly relevant topic amidst rapid advancements in information technology. With the growing engagement of individuals on digital platforms, this research aims to address how people perceive political polemics on social media and identify the factors influencing these perceptions. To answer these questions, this study employs a qualitative research method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews with 10 informants representing diverse educational, social, and political backgrounds. The findings indicate that public perception is not passive; rather, it results from a complex interaction between individuals' life experiences, value systems, and emotional states, shaped by social context and the influence of public figures. The study suggests that public figures, particularly religious leaders, play a crucial role in delivering messages that emphasize unity and civility, which can foster positive perceptions and reduce potential conflict. Conversely, provocative information in polarized social contexts can lead to negative perceptions and deepen social tensions. The study concludes by highlighting the importance of digital literacy to equip the public with critical thinking skills to navigate the political dynamics on social media. Recommendations for future research include expanding the methodological scope and further exploring the impact of social media algorithms on shaping public opinion, which could provide a more comprehensive understanding of individual interactions with political information on digital platforms.

Keywords: Public perception, political polemics, social media.

الملخص

العنوان: تصورات الجمهور حول الجدل السياسي في وسائل التواصل الاجتماعي

الكاتب: ديريل أرديكا

رقم الطالب: 2201028009

تركز هذه الدراسة على إدراك الجمهور للقضايا السياسية الجدلية في وسائل التواصل الاجتماعي، وهو موضوع يزداد أهمية في ظل التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات. مع تزايد مشاركة الأفراد على المنصات الرقمية، تهدف هذه الدراسة إلى معالجة كيفية فهم الناس للقضايا السياسية الجدلية في وسائل التواصل الاجتماعي وتحديد العوامل المؤثرة في تشكيل هذه التصورات. وللإجابة على هذه الأسئلة، استخدمت الدراسة منهجًا بحثيًا نوعيًا مع مقارنة ظاهرية. تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة مع عشرة مشاركين يمثلون خلفيات تعليمية واجتماعية وسياسية متنوعة. وتشير النتائج إلى أن إدراك الجمهور ليس سلبياً، بل هو نتاج تفاعل معقد بين تجارب حياة الأفراد ونظم القيم والحالات العاطفية، والتي تتأثر بالسياق الاجتماعي وتأثير الشخصيات العامة. وتفتتح الدراسة أن الشخصيات العامة، ولا سيما القادة الدينيين، تلعب دوراً حاسماً في إيصال رسائل تؤكد على الوحدة واللباقة، مما يعزز التصورات الإيجابية ويقلل من احتمال النزاع. وفي المقابل، يمكن أن تؤدي المعلومات الاستفزازية في السياقات الاجتماعية ذات الطابع القطبي إلى تصورات سلبية وتفاقم التوترات الاجتماعية. وتخلص الدراسة إلى التأكيد على أهمية الوعي الرقمي لتمكين الجمهور من مهارات التفكير النقدي للتعامل مع الديناميات السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي. وتشمل التوصيات للبحوث المستقبلية توسيع نطاق المنهجية واستكشاف تأثير خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مما يمكن أن يوفر فهمًا أشمل لتفاعلات الأفراد مع المعلومات السياسية على المنصات الرقمية .

الكلمات المفتاحية: إدراك الجمهور، القضايا السياسية الجدلية، وسائل التواصل الاجتماعي.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan					
No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan	16	ط	ṭ
2	ب	b	17	ظ	ẓ
3	ت	t	18	ع	‘
4	ث	ṯ	19	غ	g
5	ج	j	20	ف	f
6	ح	ḥ	21	ق	q
7	خ	kh	22	ك	k
8	د	d	23	ل	l
9	ذ	ẓ	24	م	m
10	ر	r	25	ن	n
11	ز	z	26	و	w
12	س	s	27	ه	h
13	ش	sy	28	ء	’
14	ص	ṣ	29	ي	y
15	ض	ḍ			

2. Vocal Pendek			3. Vocal Panjang		
اَ = a	كَتَبَ	Kataba	اَ = ā	قَالَ	qāla
اِ = i	سُئِلَ	Su’ila	اِيَّ = ī	قِيلَ	qīla
اُ = u	يَذْهَبُ	yaẓhabu	اُوَّ = ū	يَقُولُ	yaqūlu

4. Diftong			Catatan :
اَيَّ = ai	كَيْفَ	Kaifa	Kata sandang (al-) pada bacaan syamsiah atau qamariyah ditulis (al-) secara konsisten supaya selaras dengan teks arabnya.
اُوَّ = au	حَوْلَ	ḥaula	

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul "Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik di Sosial Media" dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW.

Terselesaikannya tesis ini, penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna, namun berkat keyakinan, kerja keras, dukungan, motivasi, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak menjadikan penulisan tesis ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, secara khusus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor Univesitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Saerozi S.Ag., M.Pd., dan Dr. Hatta Abdul Malik S.Sos.I M.Si., selaku ketua prodi dan sekretaris program studi S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan komunikasi, UIN Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. H. Awaludin Pimay Lc., M.Ag., sebagai pembimbing I dan Nadiatus Salama M.Si., Ph.D sebagai pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga dengan sabar dan ikhlas

membimbing, mengarahkan, sekaligus memberikan masukan kepada penulis dalam proses bimbingan hingga terselesaikannya tesis ini.

5. Bapak Prof. Dr. H. Muhyar Fanani, M.Ag selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Walisongo Semarang beserta staff Universitas Walisongo Semarang yang telah berupaya memberikan kami manfaat terbaik dalam proses perkuliahan hingga selesai.
6. Dosen, pegawai, dan segenap civitas akademika di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya sebagai bekal penulis dan telah membantu kelancaran penulisan tesis ini, mudah-mudahan penulis dapat mengamalkan ilmu yang telah diperoleh.
7. Kepada teristimewa kedua Orang Tua, Bapak Suwardi dan Ibu Casmuniati beserta Saudari tercinta Lulu Suroyya Aprilliasari yang senantiasa mendoakan, menasehati, dan memberi semangat serta dukungan untuk menyelesaikan masa studi di pascasarjana.
8. Kepada Amalia Nur Halimah S.Pd., yang telah menemani penulis melalui proses terselesaikannya karya tesis ini. Berkat kehadirannya penulis mampu mengatasi hal-hal yang sekiranya penulis tidak mampu atasi sendiri.
9. Seluruh pihak lainnya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis tidak dapat memberikan balasan apa-apa selain ucapan terima kasih dan iringan doa semoga Allah SWT yang membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan balasan yang lebih baik dan dicatat sebagai amal shaleh. Penulis berharap tesis ini dapat

memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang bimbingan penyuluhan islam.

Semarang, September 2024

Penulis

Deryl Ardica

NIM: 2201028009

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	0
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Kajian Teori.....	18
1. Teori Persepsi	19
2. Teori Komunikasi Politik.....	27

3. Teori Media Sosial.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	55
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	55
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	56
C. Sumber Data	59
D. Fokus Penelitian.....	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
F. Uji Keabsahan Data	66
G. Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN.....	70
A. Hasil Penelitian.....	70
1. Perspektif Positif Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media	70
2. Perspektif Negatif Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media	76
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik.....	83
B. Analisis Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN Error! Bookmark not defined.	
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN Error! Bookmark not defined.

Lampiran 1 Draft Wawancara **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 2 Lembar Persetujuan Menjadi Informan **Error!**
Bookmark not defined.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan	65
--------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam satu dekade terakhir, perkembangan teknologi informasi, terutama internet dan media sosial, telah mengubah arus politik dan sosial di banyak negara, termasuk Indonesia. Media sosial, yang awalnya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi personal dan berbagi informasi, kini telah menjadi ruang publik yang penting dalam diskursus politik, di mana masyarakat dapat mengemukakan pendapat, berdebat, dan membentuk opini bersama.¹ Platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube menjadi media utama di mana isu-isu politik diperbincangkan, baik oleh aktor politik, tokoh agama dan masyarakat luas. Media sosial memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan luas, namun dampak sosial yang muncul perlu mendapatkan perhatian khusus, seperti banyaknya penyebaran konten negatif, informasi palsu dan konten tidak pantas, ujaran kebencian, provokasi yang dapat memperkeruh situasi politik.²

¹ Haidir Fitra Siagian, “Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik,” *Jurnal Al Kitabah* 2 no. 1 (Desember 1, 2015): hlm. 22-23.

² Ahmad Junaidi, “Menuju Ke Arah Pengembangan Ilmu Falak,” *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam dan Ilmu-Ilmu Berkaitan* 3, no. 1, (2017): hlm. 3-4, <https://doi.org/10.30596/jam.v3i1.1073>.

Peran media sosial dalam politik menjadi semakin penting di tengah situasi politik yang kompleks dan beragam. Setelah pemilihan Gubernur DKI 2017, polarisasi politik berbasis agama meningkat dan berlanjut hingga Pemilu 2019. Simbol-simbol agama mulai ditampilkan di media sosial oleh kalangan elit nasional. Pada 27 Juli 2018, ulama Alumni 212 dan politikus mendukung Prabowo-Sandi. Sebagai respons, Joko Widodo memilih Ma'ruf Amin, mantan ketua MUI, sebagai calon wakil. Hal ini sekaligus memicu perdebatan hingga perpecahan dalam dukungan umat Islam saat itu.³ Di sisi lain, media sosial juga menjadi ajang perdebatan yang intens, bahkan mengarah pada polarisasi politik yang semakin tajam.

Kasus di atas belum menjadi kasus terakhir dalam fenomena polarisasi di ranah agama dan identitas, karena dengan fenomena ini, kelompok-kelompok masyarakat Indonesia semakin terpecah menjadi beberapa istilah yang dianggap umum, seperti Islam Nusantara sebagai sebutan bagi kelompok pendukung Islam yang cenderung membela pemerintahan Jokowi Widodo dan Ma'ruf Amin. Lebih lanjut, beberapa respons komentar di media sosial kembali diwarnai oleh istilah baru dalam bentuk labelisasi. Habib Rizieq Shihab (HRS), Imam Besar FPI, muncul sebagai figur pemimpin oposisi di luar partai politik sekaligus memicu munculnya istilah kata “Kadrun” yang ditujukan kepada

³ “Yuk Bangun Budaya Komunikasi yang Mempersatukan,” diakses pada Jumat, 17 November 2023, Yuk Bangun Budaya Komunikasi yang Mempersatukan - UIN Sunan Gunung Djati Bandung (uinsgd.ac.id).

kelompok Islam yang secara konotatif merujuk pada oposisi keturunan Arab. Kadrun sebenarnya merupakan kependekan dari kadal gurun.⁴ Propaganda labelisasi atau tindakan memberikan label tersebut mencerminkan kekhawatiran penguasa (pemerintahan Joko Widodo) terhadap munculnya gerakan politik Islam yang dipimpin oleh kelompok Habib Rizieq di Indonesia. Pada saat itu tidaklah sulit untuk masyarakat menemukan istilah label-label seperti “kadrun, cebong, kampret” di media sosial. Beberapa istilah tersebut menyebabkan penurunan nilai dalam bahasa politik selama pemilihan presiden 2019.

Banyak konotasi negatif seperti radikal, khilafah, teroris muncul di berbagai kolom komentar sosial media yang merujuk pada istilah “kadrun” tersebut. Labelisasi terhadap "kadrun" yang awalnya ditujukan kepada kelompok oposisi beragama Islam, pada saat itu justru digunakan untuk menyerang siapa pun yang mengambil posisi oposisi. Terlebih lagi, seiring dengan mendekatnya Pemilihan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama, seorang kandidat dari etnis Tionghoa, dituduh melakukan penistaan agama. Kejadian ini memberikan peluang bagi tokoh Front Pembela Islam Rizieq Shihab, untuk membangun narasi agama dengan mengejek etnis Tionghoa dan memicu munculnya gerakan 212. Gerakan 212 berhasil membangun narasi kebencian terhadap etnis Tionghoa yang

⁴ Nahrul Hayat dan Nurhakki, “Religion Identity and Political Polarization: How Does Labelling Make it Worst?,” *Palita: Journal of Social Religion Research*. 7, no.1, (2022): hlm. 60, doi:<http://10.24256/pal.v7i1.2715>.

diduga mendominasi Indonesia. Ini menunjukkan betapa mudahnya masyarakat Indonesia terpecah berdasarkan identitas agama dan etnis, yang tidak mencerminkan identitas multikultural dan multiidentitas Indonesia.⁵

Dalam konteks demokrasi, media sosial seharusnya digunakan sebagai kontrol sosial dan mendorong netizen untuk lebih aktif, justru seringkali memicu banyaknya ujaran kebencian. Hal ini menimbulkan pembentukan kelompok berseberangan di platform media sosial selama proses Pilkada dan Pemilu.⁶ Sebagai hasil dari dinamika tersebut, polemik politik di media sosial menjadi semakin kompleks dan terpolarisasi. Polemik ini tidak hanya terbatas pada isu-isu politik praktis, tetapi juga merambah ke ranah identitas, agama, etnisitas, dan ideologi.

Masyarakat tidak lagi sekadar mengonsumsi informasi, tetapi turut aktif dalam menciptakan dan memperkuat narasi-narasi polemik tersebut. Perseteruan politik yang terjadi di dunia nyata sering kali dibawa ke media sosial, di mana setiap orang dapat berkontribusi dalam diskusi, baik melalui komentar, unggahan, maupun berbagai bentuk interaksi lainnya.⁷ Di satu

⁵ Bachtiar Nur Budiman, "Populisme di Indonesia Sebagai Ancaman Polarisasi Masyarakat," *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan* 1, no. 2, (2021): hlm. 242, <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i2.53>.

⁶ Hermawan Yulianto, "Fenomena Buzzer dan Perang Siber Jelang Pemilu 2024: Perspektif Netizen Indonesia," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2023): hlm. 5, <https://doi.org/10.59000/jim.v2i1.107>.

⁷ Iyad Suryadi dan Saeful Anwar, "Realitas Virtual dan Polarisasi Agama: Menelaah Pengaruh Media Sosial di Indonesia," *Al-Balagh* 1, no. 1 (Mei 25, 2023): hlm. 43, <https://orcid.org/0009-0007-7263-4722>.

sisi, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terlibat dalam politik dan demokrasi. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga berisiko menimbulkan fragmentasi sosial yang semakin mendalam.

Sistem sosial dan politik di Indonesia yang seharusnya dapat menetralkan keadaan ternyata tidak efektif dalam menghadapi ambisi dan reaksi politik yang tidak terkendali. Akibatnya, komunikasi politik, yang seharusnya menjadi simbol dalam tatanan politik Indonesia, mengalami penurunan martabat, terutama dengan munculnya istilah "cebong" dan "kampret."⁸ Peneliti ingin menunjukkan bahwa polemik politik yang ada di media sosial disebabkan oleh kepentingan kelompok yang menggunakan agama sebagai alat untuk memperkeruh sentimen politik, memicu perpecahan dan potensi ketegangan melalui konten-konten di sosial media. Isu agama menjadi salah satu elemen paling sensitif dalam polemik politik di media sosial. Penggunaan simbol-simbol agama untuk memobilisasi dukungan politik telah menciptakan garis-garis pemisah antara kelompok yang berbeda.

Pandangan dan retorika beragam dalam konten yang disajikan bisa menciptakan perpecahan di antara pengguna media sosial, khususnya media sosial YouTube. YouTube tidak hanya menyediakan informasi tentang isu penting, tetapi juga panduan

⁸ Muhammad Tazri, "Cebong Dan Kampret Dalam Pespektif Komunikasi Politik Indonesia," *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (Juni 1, 2019): hlm. 7, <https://doi.org/10.24853/pk.3.1.1-7>.

untuk merespons dan bertindak atas isu tersebut.⁹ Perlu ada perhatian serius dari pemangku kebijakan terhadap radikalisme di media online agar tidak menimbulkan implikasi negatif yang tidak diinginkan.¹⁰ Sebagaimana Kementerian Agama Republik Indonesia telah mengidentifikasi bahwa sentimen agama yang terjadi di media sosial sering memicu polarisasi, khususnya dalam politik dan identitas merusak kerukunan sosial dan toleransi antaragama.¹¹ Dalam konteks ini, YouTube memainkan peran sentral karena banyak tokoh agama yang memiliki kanal di platform tersebut untuk menyampaikan dakwah dan pandangan politik. YouTube menjadi platform strategis untuk menyajikan dan mendistribusikan konten video.¹² Beberapa tokoh dai terkemuka seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Ustaz Felix Siauw, Habib Ja'far, dan Ustaz Khalid Basalamah memiliki jutaan pengikut yang secara aktif mengikuti ceramah dan

⁹ Faris Budiman Annas, Hasya Nailan Petranto, dan Asep Aji Pramayoga, "Opini Publik dalam Polarisasi Politik di Media Sosial," *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)* 20, no. 2 (2019): hlm. 113, <https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006>.

¹⁰ Najahan Musyafak, Maya Rini Handayani, dan Kumarudin, "Implementasi Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 19 Tahun 2014 Dalam Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif (Studi Kasus Pemblokiran terhadap Situs Radikal oleh Kemenkominfo Tahun 2015)," *Islamic Communication Journal* 2, no. 1 (January 12, 2018): hlm. 83., <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.1.2111>.

¹¹ Edna Caroline Pattisina, "Polarisasi yang di Dorong Sentimen Agama Berpotensi Terulang di Pemilu 2024," diakses pada Sabtu, 17 November 2023, Polarisasi yang Didorong Sentimen Agama Berpotensi Terulang di Pemilu 2024 - Kompas.id.

¹² Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "YouTube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran," *Al-Hikmah* 13, no. 1, (2019): hlm. 37, <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.

pandangan mereka. Para tokoh ini tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga turut terlibat dalam perdebatan publik yang sering kali memuat unsur-unsur politik. Dakwah yang mereka sebarkan sering kali ditafsirkan secara politis oleh audiens, baik untuk mendukung atau mengkritik kebijakan pemerintah dan isu-isu politik tertentu.

Kesenjangan penelitian ini menuntut pemahaman mendalam tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap polemik di sosial media serta dampaknya pada pandangan masyarakat. Pelaku dakwah harus beradaptasi dengan perubahan zaman untuk memastikan perkembangan dakwah.¹³ Walaupun semua platform media sosial memiliki potensi untuk digunakan sebagai media dakwah¹⁴, peneliti memilih untuk fokus kepada lima tokoh agama atau pendakwah yang memiliki saluran dakwah di sosial media sebagai subjek penelitian. Adapun lima pendakwah yang peneliti pilih antara lain; Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Felix Siauw, Habib Ja'far al-Hadar dan Ustaz Khalid Basalamah. Lima tokoh tersebut peneliti pilih karena terlibat aktif dan eksis dalam mengisi dan membuat konten-konten dakwah di YouTube. Setiap tokoh tersebut memiliki saluran resmi dan tim yang mengunggah kontennya melalui berbagai platform. Meskipun begitu, mereka memiliki dampak yang signifikan di media sosial seperti

¹³ Awaludin Pimay and Uswatun Niswah, "The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age," no. 2 (2021): hlm. 161.

¹⁴ Anwar Arifin, "*Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 91.

YouTube. Ustaz Abdul Somad saat ini mempunyai 4,37 juta subscriber di channel Ustaz Abdul Somad Official dengan jumlah 2,5 ribu video¹⁵, kedua ada Ustaz Adi Hidayat saat ini mempunyai 4,83 juta subscriber di channel Adi Hidayat Official dengan jumlah 2,1 ribu video¹⁶, ketiga Felix Siauw saat ini mempunyai 1,59 juta subscriber di channel Felix Siauw dengan total 825 video¹⁷, keempat Habib Ja'far al-Hadar dengan jumlah 1,47 juta subscriber di channel Jeda Nulis dengan jumlah 344 video¹⁸, dan kelima ada Ustaz Khalid Basalamah dengan total 2,83 juta subscriber di channel Khalid Basalamah Official dengan jumlah 4,2 ribu video.¹⁹

Penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial, dengan tujuan untuk memahami bagaimana masyarakat menilai, merespons, dan terlibat dalam polemik tersebut. Persepsi ini penting untuk dipelajari karena dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana masyarakat terpengaruh oleh konten di media sosial, serta bagaimana polemik tersebut memengaruhi pandangan mereka terhadap politik, identitas diri, dan hubungan sosial. Pemahaman ini diharapkan

¹⁵ Ustaz Abdul Somad, "Channel Ustaz Abdul Somad Official", diakses pada 25 Maret 2024, <https://www.YouTube.com/@Ustazabdulsomadofficial>.

¹⁶ Adi Hidayat, "Adi Hidayat Official", diakses pada 25 Maret 2024, <https://www.YouTube.com/@AdiHidayatOfficial>.

¹⁷ Felix Siauw, "Felix Siauw", diakses pada 25 Maret 2024, <https://www.YouTube.com/@FelixSiauw1453>.

¹⁸ Habib Ja'far al-Hadar, "Jeda Nulis", diakses pada 25 Maret 2024, <https://www.YouTube.com/@jedanulis>.

¹⁹ Khalid Basalamah, "Khalid Basalamah Official", diakses pada 25 Maret 2024, <https://www.YouTube.com/@khalidbasalamah>.

dapat membantu merumuskan strategi yang lebih baik dalam mengelola konten politik di media sosial dan meminimalisasi dampak negatif dari polemik yang muncul, sehingga media sosial dapat berfungsi sebagai ruang publik yang lebih sehat dan konstruktif dalam demokrasi Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi masyarakat dalam membentuk persepsi terhadap polemik politik di media sosial?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang peneliti hendak capai antara lain sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi persepsi masyarakat terhadap berbagai polemik yang terjadi di media sosial.
- b. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi terhadap polemik tersebut.

2. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat teoretis dan manfaat praktis yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi:

- a. Manfaat Teoretis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian tentang komunikasi politik digital, khususnya dalam memahami bagaimana masyarakat membentuk persepsi terhadap polemik politik di media sosial.
 - 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan dasar teoretis yang lebih kuat terkait pembentukan persepsi sosial dalam konteks media digital, yang melibatkan faktor-faktor seperti psikologi massa, pola interaksi sosial, dan pengaruh media terhadap konstruksi realitas politik.
- b. Manfaat Praktis
- 1) Penelitian ini dapat memberikan panduan kepada tokoh-tokoh agama, *influencer*, dan organisasi masyarakat sipil tentang bagaimana seharusnya mereka terlibat dalam percakapan politik di media sosial agar tidak memperkeruh polemik yang ada, melainkan berperan dalam menciptakan suasana dialog yang lebih konstruktif.
 - 2) Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan dalam menangani polemik politik di media sosial, serta dalam merancang kebijakan yang lebih tepat guna untuk mengurangi polarisasi yang berlebihan di ruang digital.
 - 3) Penelitian ini diharapkan bisa membantu masyarakat

dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan dampak konten politik di media sosial terhadap pembentukan persepsi dan sikap politik mereka, sehingga mampu berpikir lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Oleh karena itu, studi ini membawa dampak positif secara teoritis dan praktis yang penting, yang dapat berperan dalam memperdalam dan meningkatkan praktik dakwah di era digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Peneliti membutuhkan kajian pustaka sebagai suatu metode untuk menghimpun, menilai, dan menyusun ringkasan dari literatur yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk mencegah adanya kesamaan dalam penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang. Di bawah ini peneliti berikan beberapa penelitian tersebut di antara lain sebagai berikut:

1. Literatur ilmiah dalam aspek media dakwah di era digital, sebagai contoh penelitian milik Silvia Riskha Fabriar, Alifa Nur Fitri dan Ahmad Fathoni pada tahun 2022. Dengan menggunakan metode deskriptif dengan studi kepustakaan, penelitian ini *podcast* semakin diminati dan menjadi opsi bagi berbagai kelompok, termasuk dalam menyampaikan dakwah. Kepraktisan dan efisiensinya membuat *podcast* dipilih, karena dapat didengarkan kapan saja dan dengan mudah berkolaborasi dengan berbagai platform media *online* lainnya. *Podcast* menjadi saluran tambahan untuk berdakwah, melengkapi kegiatan dakwah konvensional.²⁰

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada peran media *podcast* dalam aktivitas

²⁰ Silvia Riskha Fabriar, Alifa Nur Fitri, dan Ahmad Fathoni, “*Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital*,” *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 14, no. 1 (July 21, 2022): hlm. 2, <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>.

dakwah. Media *podcast* menjadi pilihan media baru dalam dakwah karena mudah diakses oleh banyak orang. Oleh karena itu, hal ini menjadi dukungan penting bagi penelitian ini terkait analisis media *podcast* sebagai sarana dakwah. Penelitian ini akan fokus pada fenomena media *podcast* dalam bentuk visual seperti YouTube, sehingga berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya memusatkan perhatian pada media *podcast* dalam bentuk suara.

2. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Devie Rahmawati dalam bidang studi media sosial membahas tentang risiko polarisasi algoritma, kerentanan sosial, dan ketahanan bangsa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif studi kepustakaan dan menyajikan temuan bahwa media sosial memiliki potensi untuk memecah belah dan mempolarisasi pengguna yang terlibat di dalamnya. Untuk mengatasi tantangan ini, terdapat tiga langkah yang dapat diambil untuk menjaga ketahanan nasional dalam bermedia sosial, yaitu melakukan kampanye untuk penggunaan media sosial yang sehat, mendorong adanya mekanisme penyaringan konten, dan meningkatkan pengawasan terhadap ujaran kebencian.²¹

Kemiripan dengan penelitian sebelumnya pada kajian ini terletak pada aspek peluang polarisasi dan algoritma dalam konteks media sosial, serta dampaknya terhadap kerentanan

²¹ Devie Rahmawati, "Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa," Jurnal Lemhannas RI. 6, no. 1, (2020): hlm. 3, <https://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/114>.

sosial dan kesatuan bangsa. Namun, perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian, penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada data yang berasal dari fenomena media sosial Facebook dan Twitter, sedangkan penelitian ini akan lebih terpusat pada media sosial YouTube dan analisis algoritmanya.

3. Para peneliti seperti Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, dan M. Khairurromadhan telah menunjukkan melalui studi kepustakaan bahwa penggunaan *podcast* sebagai strategi dakwah di era digital sangat efektif. Mereka menekankan bahwa *podcast* mampu mengubah pengetahuan keagamaan sehingga dapat disampaikan dengan efektif kepada audiens. *Podcast* juga dapat berkolaborasi dengan berbagai media lain, menjadi opsi yang relevan untuk menyebarkan konten audio baik dari individu maupun lembaga. Selain itu, *podcast* memberikan akses yang aman dan nyaman bagi pendengar. Dalam mengelola dakwah digital melalui *podcast*, da'i menggunakan strategi tertentu. Ini mencakup pemahaman terhadap karakteristik objek dakwah, penyusunan pesan dakwah yang menarik, penerapan metode dakwah yang sesuai, dan penggunaan media yang tepat sesuai dengan target audiens.²²

²² Athik Hidayatul Ummah, Muhammad Khairul Khatoni, dan Muhammad Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *Komunike* 12, no. 2 (December 24, 2020): hlm. 4, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.

Kesamaan antara riset ini dan penelitian berikutnya terletak pada fokus media *podcast* terhadap kegiatan dakwah. Temuan yang memberikan analisis terhadap strategi dan tantangan *podcast* dalam kegiatan dakwah juga dapat meningkatkan pemahaman terkait dakwah di era digital. Namun, perbedaan utama antara riset ini dan penelitian mendatang terletak pada metode penelitian. Riset ini menggunakan pendekatan kepustakaan, sehingga data penelitian lebih terbatas dari perspektif para pelaku dakwah dalam *podcast*. Oleh karena itu, riset mendatang akan berupaya menggali data melalui wawancara dengan para pelaku *podcast* dakwah melalui platform YouTube.

4. Literatur ilmiah milik Maria Nordbrandt yang menggunakan data panel Belanda untuk menguji arah hubungan antara penggunaan media sosial dan polarisasi afektif, memberikan bukti bahwa tingkat polarisasi afektif mempengaruhi penggunaan media sosial selanjutnya. Maria menjelaskan bahwa pola heterogen antara individu tergantung kepada penggunaan media sosial sebelumnya di berbagai platform media sosial yang berbeda. Penelitian ini memberikan alasan untuk mempertanyakan pendapat yang mendominasi dalam penelitian sebelumnya bahwa media sosial adalah pendorong utama polarisasi di masyarakat.²³

²³ Maria Nordbrandt, "Affective polarization in the digital age: Testing the direction of the relationship between social media and users' feelings for out-

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus pada polarisasi media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian yang akan dijelajahi. Sebelumnya, para ahli berupaya menjawab asumsi masyarakat bahwa media sosial memicu polarisasi dalam masyarakat. Sebaliknya, penelitian ini akan menitikberatkan pada konten *podcast* dakwah yang dihasilkan oleh para da'i di YouTube, dengan tujuan untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap polarisasi dalam dakwah Islam di media sosial. Sebagai perbandingan, penelitian sebelumnya menggunakan data panel dari proyek LISS (*Longitudinal Internet Studies for the Social Sciences*) pada periode 2014 hingga 2020, sedangkan penelitian ini akan mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, mengeksplorasi fenomena *podcast* dakwah di platform YouTube.

5. Fransiskus LF Lee memberikan pendapatnya dalam artikel ilmiah bahwa pengaruh polarisasi media digital tidak selalu terwujud. Sebaliknya, konteks politik yang ada merupakan hal yang penting dan dampak polarisasi media digital kemungkinan besar akan muncul pada saat konflik politik meningkat. Artikel ini menganalisis data survei yang diperoleh sebelum dan selama Gerakan Payung baru-baru ini di Hong Kong. Hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui media sosial

group parties,” *New Media & Society* 25, no. 12 (December 2023): hlm. 3395, <https://doi.org/10.1177/14614448211044393>.

berhubungan secara signifikan dengan ekstremitas sikap politik hanya pada saat, namun tidak sebelum, Gerakan Payung.²⁴

Kemiripan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada pemberian perhatian kepada fenomena polarisasi yang muncul dalam masyarakat melalui media sosial. Sebagai rambu bahwa polarisasi bisa meningkat seiring dengan kontestasi politik di suatu negara sedang melambung pemberitaan. Namun sebagai pembeda dengan penelitian sebelumnya bahwa memang fokus kajian ini tidak terlalu dalam ke unsur politik, melainkan lebih kepada aspek dakwah Islam, Tidak dapat dipungkiri bahwa faktor seperti fenomena politik di suatu negara juga mampu menjadi indikator utama dalam meningkatnya polarisasi di media sosial karena konflik politik yang meningkat di negara tersebut. Oleh karena itu, penelitian dari jurnal tersebut mampu menjadi pijakan peneliti dalam menyusun penelitian ini sebagai upaya dalam menambah wawasan mengenai fenomena polarisasi yang dikaji tidak hanya dikaji dalam aspek agama (dakwah) melainkan juga aspek politik.

6. Literatur yang relevan terhadap aspek sosial media dan algoritma, seperti contoh penelitian milik Brian Kaylor yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menciptakan pertemanan dan menghancurkannya. Media sosial dapat menginspirasi dialog

²⁴ Francis Lee, "Impact of Social Media on Opinion Polarization in Varying Times." *Communication and the Public* 1, 1 (2016): hlm. 58, doi:10.1177/2057047315617763.

yang bermakna dan mencegahnya. Brian memberikan pendapat bahwa media sosial dapat memperluas kesaksian gereja atau individu dan dapat merusak kesaksian tersebut.²⁵

Kemiripan antara studi sebelumnya dan penelitian ini terletak pada fokusnya pada media sosial yang memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, seperti bidang sosial, agama, politik, serta konspirasi dan ujaran kebencian. Namun, perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian ini akan lebih menekankan aspek keagamaan, terutama dalam konteks dakwah Islam, dan juga akan mengulas persaingan program dakwah di platform media sosial, terutama di YouTube.

B. Kajian Teori

Kajian teori menjadi fondasi konseptual yang penting untuk mengatasi tantangan dalam penelitian sekaligus berfungsi untuk mengklarifikasi isu yang sedang diteliti dan sebagai acuan bagi peneliti dalam merancang dan memperbaiki instrumen penelitian.²⁶ Peneliti menggunakan tiga alat analisis utama yang dianggap dapat memberikan pemahaman menyeluruh terkait dengan rumusan masalah yang diajukan. Hal ini akan membantu peneliti dalam memberikan arah dan fokus pada usaha dalam menempatkan hasil

²⁵ Brian Kaylor, "Likes, retweets, and polarization," *Review & Expositor* 116, no. 2 (May 2019): hlm. 189, <https://doi.org/10.1177/0034637319851508>.

²⁶ Ence Surahman, Adrie Satrio, dan Herminarto Sofyan, "Kajian Teori Dalam Penelitian," *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan* 3, no. 1 (February 10, 2020): hlm. 56, <https://doi.org/10.17977/um038v3i12019p049>.

penelitian dalam konteks teoretis yang lebih luas. Berikut beberapa teori yang berhasil peneliti tentukan, di antaranya sebagai berikut:

1. Teori Persepsi

a. Pengertian persepsi

Secara etimologis, kata "persepsi" dalam bahasa Inggris "*perception*" berasal dari bahasa latin "*perception*," yang diturunkan dari "*percipere*," yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi merujuk pada pengalaman seseorang terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui penafsiran informasi dan pesan. Persepsi merupakan proses pengorganisasian isyarat sensorik dan pengalaman masa lalu yang relevan, sehingga membentuk gambaran yang terstruktur dan bermakna mengenai suatu situasi tertentu.²⁷ Persepsi merupakan hasil pengamatan terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang terbentuk melalui proses pengolahan informasi dan interpretasi pesan.²⁸

Persepsi tidak hanya mencakup proses menerima informasi sensorik, tetapi juga melibatkan pemahaman dan evaluasi atas informasi tersebut, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya,

²⁷ Liliweri Alo, *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta: PT. Prenadamedia Group, 2015), hlm. 167.

²⁸ Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 50.

pengalaman pribadi, dan kondisi emosional individu.²⁹ Proses ini dimulai ketika individu menerima stimulus dari lingkungan melalui pancaindra, kemudian otak mengolah stimulus tersebut menjadi informasi yang dapat dipahami dan dihubungkan dengan pengetahuan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi merupakan kombinasi dari faktor internal, seperti pengalaman dan kepercayaan, serta faktor eksternal, seperti rangsangan dari lingkungan.

Selain itu, persepsi sering kali dipengaruhi oleh bias kognitif, di mana individu cenderung mempersepsikan informasi sesuai dengan harapan atau keyakinan yang sudah ada sebelumnya.³⁰ Bias ini menunjukkan bahwa persepsi bukanlah representasi sempurna dari realitas objektif, melainkan sebuah konstruksi subjektif yang dapat bervariasi antar individu. Pengaruh sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, di mana nilai-nilai dan norma yang berlaku dalam suatu kelompok dapat mempengaruhi cara seseorang

²⁹ Fitri Jayanti and Nanda Tika Arista, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura," *Competence : Journal of Management Studies* 12, no. 2 (February 11, 2019): hlm. 209, <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>.

³⁰ Kartika Tarwati, Irawan Danismaya, and Erna Safariyah, "Analisis Bias Kognitif Masyarakat Terhadap Informasi Hoax Tentang Covid-19," *Jurnal Keperawatan Aisyiah* 9, no. 1 (Juni 3, 2022): hlm. 75, <https://doi.org/10.33867/jka.v9i1.323>.

memandang sekitar.³¹ Sebagaimana dalam ranah komunikasi, persepsi memainkan peran penting dalam bagaimana pesan dipahami dan diinterpretasikan oleh penerima. Ketika seseorang berkomunikasi, persepsi dapat mempengaruhi bagaimana informasi disampaikan dan diterima, terutama ketika melibatkan perbedaan latar belakang dan perspektif. Persepsi yang akurat atau sebaliknya dapat berkontribusi pada efektivitas atau kegagalan komunikasi, khususnya dalam konteks interaksi antarbudaya.³² Dengan demikian, persepsi merupakan proses yang kompleks dan dinamis, di mana berbagai faktor internal dan eksternal bekerja sama untuk mempengaruhi cara seseorang melihat dan memahami dunia di sekitarnya.

b. Bentuk persepsi

Pada dasarnya, bentuk persepsi tidak hanya melibatkan penglihatan, tetapi juga penggunaan seluruh indera untuk memperoleh data yang optimal dan sesuai dengan realitas di lapangan. Ketika stimulus yang diterima memiliki intensitas yang kuat, hasilnya akan menjadi lebih spesifik. Persepsi dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis,

³¹ Syukri Syamaun, "Pengaruh Budaya Terhadap Sikap Dan Perilaku Keberagamaan," *At-Taujih : Bimbingan dan Konseling Islam* 2, no. 2 (October 13, 2019): hlm. 85, <https://doi.org/10.22373/taujih.v2i2.6490>.

³² Syahid, Pengaruh Persepsi Guru terhadap Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi pada MIN 3 Pandeglang. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1. no. 1, (Maret 6, 2020): hlm. 57, <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn/article/view/4826>.

yaitu Persepsi *Eksternal* dan Persepsi *Internal*. Persepsi *Eksternal* merupakan persepsi yang muncul akibat rangsangan dari lingkungan di luar individu, sedangkan Persepsi *Internal* terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu.³³ Setelah individu berinteraksi dengan objek yang dipersepsikan, persepsi tersebut dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Persepsi positif, yakni persepsi yang mencakup semua pengetahuan (baik pengenalan atau pemahaman) serta respons yang diikuti dengan upaya untuk memanfaatkannya. Persepsi ini akan ditindaklanjuti dengan tindakan aktif, seperti menerima dan mendukung objek yang dipersepsikan.
2. Persepsi negatif, yaitu persepsi yang melibatkan pengetahuan (baik pengenalan atau pemahaman) dan respons yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsikan. Hasil dari persepsi ini biasanya diikuti dengan sikap pasif atau penolakan dan penentangan terhadap objek tersebut.³⁴

Lebih lanjut, terdapat tiga komponen utama yang membentuk opini yang berasal dari proses persepsi dan

³³ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, Edisi 2 (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2017), hlm. 94.

³⁴ Eliska Pratiwi, I Nyoman Sujana, dan Iyus Akhmad Haris, "Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Penerapan Program Kerja Bumdes Dwi Amertha Sari Di Desa Jinengdalem," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (June 11, 2019): hlm. 21., <https://doi.org/10.23887/jjpe.v1i1.20161>.

sikap, yang dikenal dengan istilah ABC (*Affective, Behavior, Cognitive*). Sebagaimana menurut Ahmadi (2020) dengan penjelasan di bawah ini:

1. *Affective*: berkaitan dengan aspek emosional dan sikap, yakni perasaan yang muncul terhadap objek, di mana objek tersebut dianggap menyenangkan atau tidak menyenangkan.
2. *Behavior*: mencakup kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tertentu.
3. *Cognitive*: terdiri dari pengetahuan, keyakinan atau pemikiran yang didasarkan pada informasi terkait dengan objek.³⁵

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang bermula dari pengamatan, kemudian menghasilkan respon individu sehingga individu menjadi sadar akan segala sesuatu di sekitarnya melalui indera yang dimilikinya.

c. Proses terjadinya persepsi

Proses persepsi didasari dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Stimulus (Rangsangan)

Proses persepsi dimulai ketika individu menerima rangsangan atau stimulus dari lingkungan. Stimulus ini bisa berupa apa saja yang dapat diterima oleh indera, seperti cahaya, suara, sentuhan, atau bau.

³⁵ Ahmadi, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Rineka Cipta, 2020), hlm. 27.

Rangsangan tersebut kemudian ditangkap oleh alat indera seperti mata, telinga, atau kulit.

2. Registrasi (Penerimaan dan Perekaman)

Setelah stimulus diterima oleh alat indera, terjadi proses perekaman yang disebut registrasi. Pada tahap ini, stimulus diterjemahkan menjadi sinyal saraf yang dikirim ke otak melalui sistem saraf. Proses registrasi memungkinkan otak untuk menyadari keberadaan rangsangan dan menyimpannya sebagai informasi mentah untuk diproses lebih lanjut.

3. Interpretasi (Pemahaman dan Pengolahan)

Pada tahap interpretasi, otak mengolah informasi yang telah diterima dan direkam. Informasi ini dihubungkan dengan pengetahuan, pengalaman sebelumnya, dan faktor internal lainnya, sehingga makna dari rangsangan dapat dipahami. Interpretasi inilah yang akhirnya membentuk persepsi individu tentang rangsangan tersebut. Proses ini bersifat subjektif, sehingga hasil persepsi dapat berbeda antara individu satu dengan yang lain tergantung pengalaman, budaya, dan kondisi mental.³⁶

d. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi merupakan proses penting dalam memahami dunia di sekitar kita. Setiap individu memproses informasi

³⁶ Alo, *Komunikasi Antar Personal*, hlm. 169-174.

yang diterima melalui pancaindra dan mengubahnya menjadi bentuk pengetahuan, emosi, dan reaksi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam psikologi, persepsi dipahami sebagai hasil interaksi antara stimulus eksternal dan faktor internal yang ada dalam diri individu.³⁷ Setiap orang memiliki cara pandang yang berbeda terhadap objek, peristiwa, atau situasi yang sama, tergantung pada bagaimana mereka menafsirkan informasi yang diterima. Oleh karena itu, persepsi tidak hanya bergantung pada stimulus yang ada, tetapi juga pada konteks situasional dan kondisi personal individu. Dua faktor utama yang mempengaruhi persepsi adalah faktor situasional dan faktor personal.

1. Faktor situasional

Faktor situasional merujuk pada berbagai aspek eksternal yang mempengaruhi bagaimana seseorang menangkap dan memproses stimulus yang ada di sekitarnya. Lingkungan fisik, intensitas stimulus, durasi paparan, hingga keadaan waktu dan tempat dapat memengaruhi cara individu mempersepsi sesuatu. Misalnya, dalam situasi ramai atau bising, seseorang mungkin tidak dapat mempersepsi informasi dengan jelas dibandingkan dalam situasi tenang. Demikian pula,

³⁷ Zuraida, Zuraida. 2023. "Persepsi Terhadap Organisasi Ditinjau Dari Minat Berorganisasi Mahasiswa Jurusan Keperawatan Universitas Ratu Samban". *Jurnal Ilmiah Psyche* 17, no. 1 (Januari 07, 2023): hlm. 10, <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v17i1.2513>.

kejernihan dan kelengkapan informasi juga berperan penting; persepsi akan berbeda jika informasi yang diterima tidak lengkap atau ambigu. Faktor situasional ini sering kali bersifat dinamis, yang berarti persepsi seseorang terhadap stimulus dapat berubah tergantung pada perubahan kondisi lingkungan saat persepsi terjadi.

2. Faktor personal

Selain kondisi eksternal, faktor internal yang melekat pada individu juga sangat mempengaruhi bagaimana persepsi terbentuk. Faktor personal mencakup berbagai aspek seperti pengalaman hidup, kepercayaan, nilai-nilai, motivasi, kepribadian, sistem nilai dan kondisi emosional seseorang.³⁸ Setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan preferensi yang unik, yang membentuk cara mereka melihat dunia. Misalnya, seseorang yang pernah mengalami pengalaman traumatis mungkin memiliki persepsi negatif terhadap situasi yang mengingatkannya pada pengalaman tersebut. Selain itu, aspek-aspek demografis seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan budaya juga berkontribusi terhadap perbedaan persepsi di antara individu. Sebagaimana dijelaskan oleh Hidayat (2015) pengalaman pribadi dan latar belakang individu sangat memengaruhi bagaimana

³⁸ Rahmat Dahlan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang," *ZISWAF* 4, no. 1 (Juni 2017): hlm. 10, <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3028>.

mereka menilai dan memaknai objek atau peristiwa yang sama.³⁹

Dalam interaksi antara faktor situasional dan personal ini, persepsi menjadi sesuatu yang dinamis dan subjektif, dipengaruhi oleh berbagai variabel yang saling berkaitan. Pemahaman tentang kedua faktor ini menjadi penting dalam memahami bagaimana individu membentuk persepsi, baik dalam konteks sosial maupun pribadi.

2. Teori Komunikasi Politik

a. Pengertian komunikasi politik

Komunikasi berasal dari akar bahasa latin, seperti *communico* yang mengindikasikan tindakan berbagi, *communis* yang menunjukkan pembangunan kesamaan di antara individu atau kelompok, dan *communicare* yang berarti menciptakan kesamaan. Dalam konteks bahasa Inggris, kata '*communication*' juga berasal dari sumber yang sama, mengimplikasikan proses menciptakan makna yang seragam di antara individu atau kelompok.⁴⁰ Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan, baik melalui media maupun tanpa media, yang berpotensi menimbulkan dampak tertentu. Secara umum, komunikasi melibatkan

³⁹ Nur Hidayat, *Psikologi Persepsi Dan Interaksi Sosial* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 73-74.

⁴⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 4.

pertukaran gagasan atau ide dengan cara yang sederhana. Oleh karena itu, komunikasi dipahami sebagai tindakan penyampaian pesan atau ide dari satu pihak ke pihak lain, dengan tujuan mencapai pemahaman bersama mengenai pesan tersebut.

Secara etimologi, istilah politik berakar dari bahasa Yunani, yaitu "*polis*" yang mengacu pada kota atau negara kota. Selanjutnya, makna tersebut berkembang menjadi "*polites*" yang merujuk pada warga negara, "*politeia*" yang mencakup segala hal terkait negara, "*politika*" yang berarti pemerintahan, dan "*politikos*" yang mengacu pada urusan kewarganegaraan. Sebagaimana dikemukakan oleh Miriam Budiardjo (1982: 8):

“Pada umumnya dikatakan bahwa politik (politics) adalah bermacam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik (atau negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu.”

Dalam merumuskan tujuan-tujuan ini, masih terdapat ketidakpastian berupa penafsiran. Artinya, tujuan-tujuan tersebut mencakup berbagai aktivitas dalam sistem politik suatu negara, seperti pengambilan keputusan dan kebijakan publik. Untuk menjalankan kebijakan ini, diperlukan kekuasaan dan wewenang guna membangun kerjasama serta

mengatasi konflik yang timbul.⁴¹ Berdasarkan pemahaman ini, sistem politik didefinisikan sebagai hubungan antar manusia yang melibatkan berbagai bentuk kekuasaan, pengendalian, dan pengaruh.

Dengan demikian, konsep politik tidak lagi terbatas pada lingkup negara, tetapi juga mencakup berbagai bentuk asosiasi lain, seperti kelompok sosial dan organisasi keagamaan. Keterlibatan kelompok-kelompok sosial dalam sistem politik sering kali memicu konflik, karena di dalam lembaga-lembaga tersebut terdapat proses pengambilan keputusan dan kebijakan umum yang berlaku bagi semua anggota atau warga. Namun, pengambilan keputusan dan kebijakan dalam lembaga-lembaga ini tidak dapat disamakan dengan keputusan yang dibuat oleh negara.

Mengacu kepada kedua pengertian dasar di atas, komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses dinamis yang melibatkan penyampaian informasi, ide, serta nilai-nilai yang berkaitan dengan aktivitas politik antar individu, kelompok, dan institusi. Proses ini tidak hanya terbatas pada komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik seperti politisi, tetapi juga mencakup interaksi yang lebih luas antara media massa dan publik sebagai aktor kunci dalam pembentukan opini dan perilaku politik.

⁴¹ Ahmad Sampurna et al., “Konsep dan Definisi Komunikasi Politik,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (Juni 30, 2024): hlm. 4, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16555>.

Sebagaimana disampaikan salah seorang ahli dalam bidang komunikasi politik di Indonesia, Maswadi Rauf, berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fokus studi dalam ilmu politik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pesan-pesan yang disampaikan selama proses komunikasi selalu memiliki unsur politik dan berhubungan langsung dengan kekuasaan politik dalam suatu negara, pemerintahan, serta aktivitas komunikator yang terlibat sebagai pelaku politik.

Komunikasi politik dapat dianalisis dari dua perspektif utama: sebagai aktivitas politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi dalam konteks politik ditandai dengan penyampaian pesan-pesan politik oleh aktor politik kepada berbagai pihak lain, yang berlangsung secara nyata dalam interaksi sosial sehari-hari. Oleh karena itu, aktivitas ini dianggap sebagai kegiatan empirik. Sebagai kegiatan ilmiah, komunikasi politik terhubung langsung dengan sistem politik di suatu negara. Dengan demikian, komunikasi politik tidak hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wahana untuk menciptakan ruang diskusi yang relevan mengenai isu-isu publik yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat.

b. Unsur komunikasi politik

Komunikasi politik merupakan suatu proses yang melibatkan berbagai unsur yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan politik tertentu. Dalam hal ini, terdapat

beberapa elemen kunci yang membentuk komunikasi politik yang efektif, diantaranya sebagai berikut:

1) Komunikator politik

Komunikator politik merujuk pada individu atau kelompok yang memiliki kapasitas untuk menyampaikan informasi dan pemahaman yang berkaitan dengan isu-isu politik. Ini mencakup para pemimpin politik seperti presiden, menteri, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), serta figur publik lainnya, termasuk politisi dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang berpotensi memengaruhi kebijakan pemerintah. Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak hanya terbatas pada komunikasi formal, tetapi juga mencakup pengaruh dari aktor non-politik, seperti influencer dan organisasi masyarakat sipil yang dapat membentuk opini publik dan mendukung atau menentang kebijakan tertentu.⁴² Komunikator yang efektif harus mampu memahami dinamika sosial dan politik di sekitarnya serta menyesuaikan gaya komunikasi untuk menjangkau audiens yang beragam.

2) Pesan politik

⁴² Muhammad Miftah Babil Yasar et al., "Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024," *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4, no. 5 (July 1, 2024): hlm. 985, <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.956>.

Pesan politik merupakan inti dari komunikasi politik dan mencakup pernyataan atau informasi yang disampaikan kepada publik. Pesan politik adalah arti dan aturan penggunaan kata-kata dalam komunikasi politik yang dihasilkan dari interaksi peserta komunikasi, yang dapat memunculkan beragam makna, struktur, serta dampak.⁴³ Pesan ini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, baik secara tertulis maupun lisan, serta dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Selain itu, pesan politik dapat bersifat eksplisit atau implisit, dan disampaikan dalam konteks yang berbeda baik formal maupun informal. Contoh pesan politik meliputi pidato politik, pernyataan resmi, artikel opini, dan bahkan konten yang dihasilkan oleh pengguna di media sosial. Kejelasan, konsistensi, dan daya tarik pesan politik menjadi faktor penting yang menentukan seberapa baik pesan tersebut diterima dan dipahami oleh masyarakat. Selain itu, pesan yang disampaikan harus relevan dengan isu-isu yang dihadapi masyarakat untuk menciptakan dampak yang signifikan.

3) Saluran dan media politik

Saluran atau media politik adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik

⁴³ Ahmad Sampurna et al., "Karakteristik Pesan Dalam Komunikasi Politik," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5, no. 1 (June 27, 2024): hlm. 148., <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.975>.

kepada publik.⁴⁴ Dalam era digital saat ini, media politik mencakup berbagai platform, termasuk media cetak, media elektronik, dan media online. Setiap jenis media memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda, sehingga strategi komunikasi politik harus disesuaikan dengan konteks media yang digunakan. Misalnya, media sosial seperti Twitter dan Instagram menjadi sarana penting untuk menjangkau generasi muda, sementara media cetak masih memiliki pengaruh signifikan pada kelompok usia yang lebih tua. Selain itu, komunikasi politik juga dapat dilakukan melalui sosialisasi langsung, seperti kampanye tatap muka yang dilakukan oleh partai politik atau organisasi masyarakat, yang memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan audiens. Oleh karena itu, pemilihan saluran yang tepat sangat penting untuk memastikan pesan politik dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat.

4) Sasaran atau target politik

Sasaran atau target politik mencakup kelompok atau individu dalam masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap partai atau kandidat tertentu, terutama dalam konteks pemilihan umum.

⁴⁴ Very Wahyudi, "Politik Digital Di Era Revolusi Industri 4.0 'Marketing & Komunikasi Politik,'" *Politea : Jurnal Politik Islam* 1, no. 2 (April 11, 2019): hlm. 164., <https://doi.org/10.20414/politea.v1i2.819>.

Sasaran ini sangat beragam, termasuk pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, dan mahasiswa. Memahami karakteristik dan kebutuhan masing-masing kelompok sasaran menjadi kunci dalam merancang pesan yang efektif dan strategi komunikasi yang tepat.⁴⁵ Pendekatan yang lebih personal dan berbasis komunitas dalam kampanye politik dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dan dukungan terhadap kandidat. Oleh karena itu, penting bagi komunikator politik untuk melakukan analisis mendalam terhadap audiens mereka agar dapat mengoptimalkan pesan dan strategi yang digunakan.

5) Pengaruh atau efek komunikasi politik

Efek dari komunikasi politik diharapkan dapat menciptakan pemahaman yang lebih baik terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik. Dengan demikian, masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses politik, termasuk dalam memberikan suara pada pemilihan umum. Pengaruh komunikasi politik tidak hanya terlihat dalam hasil pemilihan, tetapi juga dalam perubahan sikap dan

⁴⁵ Muhammad Aydil dan Al Zuhri, “*Political Marketing: Strategi PAN pada Pemilu 2024 dalam Menyukkseskan Agenda Politik Melalui Pembuatan Jingle*,” *Jurnal Sains Riset* 13, no. 3 (December 2, 2023): hlm. 875., <https://doi.org/10.47647/jsr.v13i3.2046>.

perilaku masyarakat terhadap isu-isu politik.⁴⁶ Partisipasi aktif dalam diskusi politik di media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai isu-isu publik, yang pada gilirannya mendorong partisipasi politik yang lebih tinggi. Oleh karena itu, komunikasi politik yang efektif sangat penting untuk membangun masyarakat yang terinformasi dan berpartisipasi dalam proses demokrasi.

c. Fungsi komunikasi politik

Komunikasi politik memiliki beberapa fungsi utama yang sangat penting dalam konteks masyarakat demokratis. Pertama, komunikasi politik berfungsi sebagai saluran informasi yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses isu-isu politik dan kebijakan publik secara transparan. Dalam hal ini, media massa memiliki peran vital dalam menyebarkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Kedua, komunikasi politik berperan dalam pembentukan opini publik, di mana baik media maupun partai politik berusaha mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. *Framing* berita oleh media dapat mempengaruhi persepsi publik mengenai kebijakan pemerintah. Ketiga, komunikasi politik dapat berfungsi sebagai alat mobilisasi, di mana pesan-pesan

⁴⁶Dimas Oktama Andriyendi, dkk., "Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada," *Journal of Education Cultural and Politic* 3 no. 1, (Februari 26, 2023): hlm. 110, <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>.

politik digunakan untuk mendorong partisipasi publik dalam pemilu dan aktivitas politik lainnya.⁴⁷ Hal ini dapat dilihat dalam berbagai kampanye politik yang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan partisipasi pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung lebih aktif di platform digital.

Dengan demikian, komunikasi politik tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi alat strategis untuk membangun kesadaran politik dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi.

d. Etika dalam komunikasi politik

Etika dalam komunikasi politik merupakan isu penting yang harus diperhatikan dalam konteks penyebaran informasi dan propaganda. Praktik-praktik komunikasi yang tidak etis, seperti penyebaran berita palsu dan manipulasi informasi, dapat merusak integritas dan kredibilitas proses demokrasi.⁴⁸ Penyebaran informasi yang tidak akurat dapat menciptakan ketidakpercayaan masyarakat terhadap institusi politik dan media. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan kerangka etika yang jelas dalam praktik

⁴⁷ Dortje Lopulalan, "Komunikasi Politik Dalam Pemerintahan", *Hipotesa: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 17 no. 2 (November 13 2023): hlm. 14, <https://e-jurnal.stiaalazka.ac.id/index.php/ojs-hipotesa/article/view/76>.

⁴⁸ Media Indonesia. "Demokrasi dan Manipulasi Informasi." *Media Indonesia*, 15 Agustus 2019. Diakses 10 Oktober 2024 09.46 WIB., <https://mediaindonesia.com/opini/237208/demokrasi-dan-manipulasi-informasi>.

komunikasi politik, baik bagi media maupun politisi, agar dapat menjaga kepercayaan publik. Hal ini mencakup prinsip-prinsip seperti transparansi, akurasi, dan tanggung jawab sosial dalam penyampaian informasi. Dengan demikian, etika komunikasi politik tidak hanya berfungsi untuk melindungi integritas informasi, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap proses demokrasi.

3. Teori Media Sosial

a. Pengertian media sosial

Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial adalah serangkaian aplikasi yang memungkinkan orang dan komunitas untuk berkumpul, berbagi informasi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi, bekerja sama atau bermain bersama.⁴⁹ Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai sebuah alat bersifat *online* yang memperkuat hubungan antar pengguna dan membentuk ikatan sosial. Kekuatan media sosial terletak pada konten yang dibuat oleh pengguna *User-Generated Content* (UGC), di mana konten tersebut dihasilkan oleh pengguna sendiri, bukan oleh editor seperti yang terjadi di media massa tradisional.

Terdapat pandangan lain yang menyebut bahwa media sosial adalah platform daring yang mendukung interaksi

⁴⁹ Rulli Nasrullah. "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial," *Jurnal Sositologi* 17, no. 2 (2018): hlm. 14, <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>.

sosial serta memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Seperti halnya menurut pendapat Sam Decker, media sosial dapat diartikan sebagai hasil konten digital dan interaksi yang timbul dari dan di antara para individu.⁵⁰ Kemudian lebih lanjut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam definisinya menggambarkan media sosial sebagai sekelompok aplikasi internet yang dikembangkan berdasarkan prinsip dan teknologi Web 2.0, yang memudahkan pembuatan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna.⁵¹

Mengacu dari beberapa pengertian di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa Media sosial dapat didefinisikan sebagai suatu platform atau wadah daring di mana individu-individu dapat berinteraksi, berbagi konten digital, serta menciptakan dialog interaktif. Ini mencakup berbagai aplikasi dan situs web yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam esensinya, media sosial adalah bentuk komunikasi modern yang

⁵⁰ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017): hlm. 214, <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>.

⁵¹ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia," *Jurnal Publiciana* 9, no 1, (2016): hlm. 142, <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.

memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mendukung konektivitas dan interaksi di antara pengguna.

b. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki sejumlah karakteristik khas yang membedakannya dari media komunikasi tradisional. Diantara beberapa karakteristik tersebut diantaranya sebagai berikut:

1) Jaringan (*Network*)

Salah satu karakteristik utama media sosial adalah jaringan atau *networking*. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memungkinkan individu terhubung dengan orang lain melalui jaringan berbasis kepentingan, hubungan personal, atau tujuan profesional.⁵² Jaringan yang terbentuk dalam media sosial tidak hanya bersifat personal tetapi juga mencakup jejaring bisnis dan komunitas yang lebih luas. Berbeda dengan media tradisional, pengguna media sosial dapat menjadi bagian dari beberapa jaringan secara simultan, yang memungkinkan komunikasi berlangsung dengan lebih fleksibel dan interaktif. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn memperlihatkan bagaimana pengguna

⁵² Arifah Kurnia Andhani, Rizqina Na'imul Husniah, dan Mochamad Ari Saputra, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi," *JIMAKUKERTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata* 2 no. 3 (Desember 30 2023): hlm. 2. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>.

dapat membangun dan memperluas jaringan tanpa batas geografis atau waktu.

2) Informasi (*Informations*)

Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi yang sangat penting di era digital ini. Pengguna dapat dengan cepat mengakses informasi terkini dari berbagai bidang, mulai dari berita politik, ekonomi, hingga tren gaya hidup. Selain itu, sifat media sosial yang interaktif memungkinkan informasi menyebar dengan lebih cepat dibandingkan dengan media tradisional.⁵³ Platform seperti Twitter dan Reddit sering menjadi tempat pertama di mana informasi baru muncul sebelum disebarluaskan oleh outlet berita resmi. Penyebaran informasi melalui media sosial memiliki efek viral yang jauh lebih besar karena keterlibatan pengguna dalam berbagi informasi.

3) Arsip (*Archive*)

Salah satu kelebihan media sosial yang sering diabaikan adalah kemampuannya untuk berfungsi sebagai arsip digital. Setiap konten yang dipublikasikan di media sosial secara otomatis tersimpan dan dapat diakses kembali di masa mendatang, baik oleh pengguna itu sendiri maupun oleh orang lain,

⁵³ Annisa Fauziyah, "Peran Media Sosial sebagai Media Informasi di Era Digital," *Kompasiana*, 28 Oktober 2022, diakses 10 Oktober 2024 10.06 WIB., <https://www.kompasiana.com/annisafauziyah1293/635bc0fcd5af0335e055afa2/peran-media-sosial-sebagai-media-informasi-di-era-digital>.

tergantung pada pengaturan privasi.⁵⁴ Hal ini memberikan kemampuan untuk merekam dan menyimpan jejak digital yang dapat diakses kapan saja. Sebagai contoh, pengguna dapat melihat kembali postingan lama di Facebook atau Twitter yang tersimpan dalam bentuk arsip. Fungsi arsip ini memungkinkan media sosial menjadi alat dokumentasi yang berguna untuk keperluan sejarah, penelitian, atau pengembangan pribadi.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Interaktivitas adalah salah satu aspek paling mendasar dari media sosial. Tidak seperti media massa tradisional yang cenderung bersifat satu arah (*top-down*), media sosial memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam percakapan dua arah yang interaktif. Pengguna dapat memberikan umpan balik langsung melalui komentar, like, share, atau reaksi lainnya terhadap konten yang dibagikan. Media sosial juga memfasilitasi interaksi antar-pengguna dengan berbagai fitur seperti chat, forum, dan grup. Interaktivitas ini menciptakan ruang partisipatif yang lebih inklusif dan kolaboratif dibandingkan media

⁵⁴ I Wayan Murjana Putra dan Ni Putu Eka Merliana, "Peran Arsip Digital dalam Mendukung Proses Pembelajaran," *Prosiding Digitalisasi Pendidikan Dasar*, no. 3 (Mei 19, 2021): hlm. 144, <https://doi.org/10.33363/sn.v0i3.102>.

tradisional.⁵⁵ Interaktivitas ini memudahkan komunikasi antar-pengguna dan memperkuat keterlibatan mereka dengan konten.

5) Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Media sosial juga berfungsi sebagai simulasi sosial, di mana pengguna dapat menciptakan versi digital dari kehidupan sosial mereka, termasuk membangun identitas diri, menjalin hubungan, dan berpartisipasi dalam komunitas virtual.⁵⁶ Simulasi ini memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka dalam berbagai bentuk yang mungkin berbeda dengan kehidupan nyata. Misalnya, di platform seperti *Second Life* atau *The Sims*, pengguna dapat menciptakan avatar dan dunia virtual yang menyerupai atau bahkan berbeda dari kenyataan. Simulasi sosial yang terjadi di media sosial menciptakan ruang virtual yang mencerminkan hubungan sosial dan dinamika komunitas dunia nyata.

6) Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Ciri utama lain dari media sosial adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated*

⁵⁵ Winona Anindiyasarathi Soedhowo, *Pengaruh Interaktivitas dalam Instagram Stories terhadap Tingkat User Engagement pada Media Sosial Instagram* (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2018).

⁵⁶ Yanti Dwi Astuti, "Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media; Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone," *Jurnal Pekommas* 2, no. 1 (Juli 19, 2017): hlm. 76, <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020108>.

content). Berbeda dengan media massa tradisional di mana produksi konten dikontrol oleh entitas tertentu seperti perusahaan media, media sosial memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk menjadi produsen konten.⁵⁷ Pengguna dapat membuat, mengedit, dan menyebarkan informasi tanpa memerlukan persetujuan dari otoritas atau organisasi besar. Contoh dari konten buatan pengguna termasuk postingan di blog, video di YouTube, foto di Instagram, atau tweet di sosial media X. Konten yang dihasilkan oleh pengguna berperan penting dalam membentuk tren dan opini publik, karena konten tersebut seringkali dianggap lebih autentik dan relevan bagi audiens.

c. Fungsi media sosial

Media sosial memiliki berbagai fungsi yang luas, yang tidak hanya sekadar alat komunikasi tetapi juga berperan penting dalam aspek sosial, ekonomi, dan politik masyarakat modern.⁵⁸ Beberapa fungsi utama dari media sosial sebagai berikut:

1) Fungsi komunikasi

⁵⁷ Naurah Thifalia dan Santi Susanti, "Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film," *Jurnal Common* 5, no. 1 (July 5, 2021): hlm. 40, <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>.

⁵⁸ Eko Harry Susanto, "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik," *Jurnal Aspikom* 3, no. 3 (September, 2017): hlm. 379, <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>.

Fungsi utama media sosial adalah sebagai alat komunikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain dengan cara yang lebih mudah, cepat, dan tanpa batasan geografis.⁵⁹ Media sosial menyediakan platform di mana pesan dapat dikirim secara real-time melalui fitur-fitur seperti pesan singkat (*chat*), komentar, atau *video call*. Pengguna dapat berkomunikasi baik secara personal maupun dalam grup, menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih fleksibel dibandingkan dengan media komunikasi tradisional.

2) Fungsi informasi

Media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi. Platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi terkini dari berbagai sumber dalam waktu yang sangat singkat. Informasi yang disebarluaskan di media sosial sangat beragam, mulai dari berita politik, hiburan, hingga isu-isu kesehatan masyarakat. Sekitar 73% masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai sumber utama mereka untuk mendapatkan

⁵⁹ Adelina M. Aritonang et al., “Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Interaksi Kelompok Masyarakat,” *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5, no. 3 (June 10, 2024): hlm. 2872-2873., <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i3.1189>.

informasi, dibandingkan dengan media massa tradisional seperti televisi atau surat kabar.⁶⁰

3) Fungsi hiburan

Selain komunikasi dan informasi, media sosial juga berfungsi sebagai sumber hiburan. Pengguna seringkali menghabiskan waktu di media sosial untuk menikmati konten seperti video, meme, musik, dan gambar. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram adalah contoh utama di mana konten hiburan berkembang pesat dan menarik perhatian jutaan pengguna setiap hari. Hampir 80% konten yang dikonsumsi di media sosial bersifat hiburan, yang mencakup video pendek, *vlog*, dan *live streaming*.⁶¹

4) Fungsi sosial

Media sosial memiliki fungsi sosial, yaitu sebagai alat yang menghubungkan individu dengan komunitas yang lebih luas. Media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain, membentuk kelompok, dan berpartisipasi dalam diskusi. Dengan adanya fitur grup atau forum online,

⁶⁰ GoodStats, "Bagaimana Kecenderungan Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial," *GoodStats*, diakses pada 15 Oktober 2024 pk. 09.09 WIB., <https://goodstats.id/article/bagaimana-kecenderungan-masyarakat-indonesia-menggunakan-media-sosial-SPUTW>.

⁶¹ Muhammad Rizky Amartha dan Fahmi Anwar, "Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja," *ARIMA Jurnal Sosial dan Humaniora* 1, no. 2 (Desember 15, 2023): hlm. 264. <https://doi.org/10.62017/arima.v1i2.396>.

individu dapat terhubung dengan orang lain yang memiliki minat, hobi, atau tujuan yang sama. Selain itu, media sosial juga membantu dalam mengembangkan identitas diri dan membangun citra personal. Media sosial telah menjadi alat penting dalam pembentukan jejaring sosial di kalangan remaja dan dewasa muda.

5) Fungsi ekonomi

Media sosial juga memainkan peran penting dalam bidang ekonomi, terutama dalam pemasaran dan promosi bisnis. Banyak perusahaan sekarang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menjangkau konsumen mereka secara langsung. Pengiklanan di media sosial memungkinkan bisnis untuk lebih mudah menargetkan audiens mereka berdasarkan preferensi dan demografi pengguna.⁶² Misalnya, Facebook dan Instagram menyediakan fitur yang memungkinkan bisnis untuk menargetkan pengguna berdasarkan lokasi, usia, minat, dan perilaku. Media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran digital paling efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan bisnis kecil hingga menengah.

6) Fungsi pendidikan

⁶² Dewi Puspari dan Riyan Hadithya, "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan* 4, no. 2 (October 30, 2023): hlm. 240., <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>.

Media sosial juga memiliki fungsi pendidikan, di mana platform ini memungkinkan pengguna untuk mengakses konten edukatif, berpartisipasi dalam kursus online, atau mengikuti diskusi akademik.⁶³ Platform seperti YouTube dan LinkedIn *Learning* memungkinkan pengguna untuk belajar keterampilan baru melalui tutorial dan kursus online. Selain itu, media sosial sering digunakan oleh institusi pendidikan untuk berkomunikasi dengan mahasiswa, menyebarkan informasi penting, atau sebagai alat untuk kolaborasi dalam proyek akademik. Tidak hanya dalam aspek pendidikan umum saja, media sosial juga mulai banyak di manfaatkan sebagai penyebaran pendidikan agama. Platform seperti YouTube, Instagram, dan Facebook banyak digunakan oleh pemuka agama, ustaz, serta organisasi keagamaan untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan, mengajarkan ilmu agama, dan membina komunitas keagamaan secara digital.⁶⁴ Pengguna dapat mengakses kajian, ceramah, diskusi keagamaan, hingga membaca

⁶³ Yuni Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital," *Jurnal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5 no. 4 (November 4, 2021): hlm. 1012-1013, <https://doi.org/10.52362/jjisamar.v5i4.609>.

⁶⁴ Anas, Yusra, dan Sagir Muhammad Amin, "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial," *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0* 3 no. 1 (Juni 10, 2024): hlm. 398, <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiiies50/issue/archive>.

artikel atau posting yang berisi pengetahuan agama. Hal ini memungkinkan pendidikan agama untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun internasional.

7) Fungsi politik

Di banyak negara, media sosial telah menjadi platform penting untuk kampanye politik, diskusi kebijakan, dan mobilisasi masyarakat dalam gerakan sosial.⁶⁵ Pengguna media sosial dapat dengan mudah mengakses informasi politik, berpartisipasi dalam diskusi publik, dan menyebarkan opini mereka. Media sosial telah memainkan peran penting dalam pemilihan umum dan kampanye politik di Indonesia, di mana politisi menggunakan platform seperti Facebook dan Twitter untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih.

Dari berbagai fungsi yang telah diuraikan, media sosial tidak hanya sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi platform multifungsi yang mencakup berbagai aspek kehidupan manusia. Fungsi media sosial sebagai alat komunikasi, sumber informasi, dan hiburan menegaskan perannya yang vital dalam interaksi sosial sehari-hari. Selain itu, peranannya dalam aspek ekonomi dan pendidikan menunjukkan bagaimana media sosial telah

65 Julius Manahara Hutabarat, "Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini," *Jurnal Pendidikan Agama dan Teologi* 2 no. 1 (Desember 23, 2023): hlm. 207. <https://doi.org/10.59581/jpat-widyakarya.v2i1.2318>.

membuka jalan baru bagi inovasi bisnis dan akses pengetahuan. Dalam ranah politik, media sosial menjadi alat penting untuk partisipasi politik, kampanye, dan penyebaran informasi. Keseluruhan fungsi ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi, belajar, bekerja, dan bahkan berpolitik. Dengan penggunaannya yang sangat luas dan pengaruhnya yang mendalam, media sosial tidak hanya sekadar media hiburan atau komunikasi, melainkan bagian integral dari dinamika masyarakat modern yang terus berkembang, menciptakan dampak luas dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik.

d. *Efek media sosial terhadap perilaku*

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku manusia terbagi menjadi dua kategori: efek positif dan efek negatif. Setiap kategori ini berdampak secara luas, bergantung pada bagaimana individu atau masyarakat memanfaatkannya. Efek positif dan efek negatif terhadap perilaku tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Efek positif

a) Sumber informasi dan pengetahuan

Media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi terbesar yang mudah diakses. Pengguna dapat memperoleh berbagai pengetahuan baru dalam bidang pendidikan, kesehatan, maupun berita terkini. Dalam konteks pendidikan, media

sosial memungkinkan terjadinya pembelajaran jarak jauh serta berbagi ilmu melalui forum diskusi atau webinar yang bisa diikuti secara real-time.⁶⁶ Hal ini membuat masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi yang mendukung berbagai keputusan dalam kehidupan sehari-hari.

b) Meningkatkan interaksi sosial

Salah satu dampak positif terbesar dari media sosial adalah kemampuannya untuk meningkatkan interaksi sosial. Pengguna dapat menjalin hubungan dengan teman lama, memperluas jaringan, bahkan terhubung dengan komunitas global yang memiliki minat yang sama.⁶⁷ Media sosial memberikan ruang bagi individu untuk berbagi pengalaman, emosi, dan pendapat yang dapat memperkuat ikatan sosial.

c) Peluang bisnis dan inovasi

Media sosial telah menciptakan peluang bagi pengembangan bisnis. Banyak perusahaan menggunakan platform ini sebagai alat pemasaran yang efektif dan murah, yang memungkinkan mereka menjangkau konsumen secara langsung. Selain itu, media sosial juga mendorong inovasi di

⁶⁶ Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital," hlm. 1007.

⁶⁷ Aritonang et al., "Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Interaksi Kelompok Masyarakat," hlm. 2873.

pasar digital, dengan memungkinkan pelaku usaha mengakses konsumen yang lebih luas.⁶⁸

d) Partisipasi politik

Dalam ranah politik, media sosial telah membuka jalan bagi peningkatan partisipasi publik. Kampanye politik, diskusi kebijakan, dan mobilisasi pemilih kini bisa dilakukan melalui platform ini, yang mempermudah masyarakat dalam menyuarakan pendapat mereka. Media sosial juga mempercepat penyebaran informasi politik, sehingga warga bisa lebih aktif dalam isu-isu sosial dan politik.⁶⁹

2) Efek negatif

a) Ketergantungan dan adiksi

Salah satu dampak negatif terbesar dari media sosial adalah ketergantungan yang dapat menimbulkan adiksi. Banyak pengguna merasa terdorong untuk terus-menerus memeriksa media sosial mereka, yang dapat mengganggu produktivitas dan hubungan sosial tatap muka.⁷⁰

⁶⁸ Puspasari dan Hadithya, “Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk,” hlm. 242.

⁶⁹ Susanto, “Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik,” hlm. 390.

⁷⁰ Rizki Wulandari dan Netrawati Netrawati, “Analisis tingkat kecanduan media sosial pada remaja” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 5, no. 2 (Desember 4, 2020): hlm. 42, <https://doi.org/10.29210/3003653000>.

Ketergantungan ini juga bisa menyebabkan kecemasan dan stres, terutama terkait dengan kebutuhan untuk tetap terhubung dan diakui.

b) *Cyberbullying* dan ujaran kebencian

Media sosial sering digunakan sebagai alat untuk melakukan tindakan *cyberbullying*. *Cyberbullying* merupakan bentuk intimidasi, ejekan, atau gangguan terhadap orang lain, mirip dengan bullying pada umumnya, namun dilakukan melalui internet atau dunia maya. Meskipun tidak terjadi secara langsung atau tatap muka, tindakan ini tetap dapat berdampak pada korbannya.⁷¹ Penyerangan secara verbal melalui platform ini kerap terjadi, terutama di kalangan remaja. Komentar negatif atau ancaman secara *online* dapat merusak kesehatan mental korban. Selain itu, media sosial menjadi platform bagi penyebaran ujaran kebencian dan propaganda yang dapat memecah belah masyarakat.

c) Penyebaran informasi palsu (Hoaks)

Hoax dapat diartikan sebagai informasi yang belum bisa dipastikan kebenarannya, karena informasi itu sendiri merupakan kumpulan data

⁷¹ El Chris Natalia, "Remaja, Media Sosial dan Cyberbullying," *KOMUNIKATIF Jurnal Ilmiah Komunikasi* 5 no. 2 (Desember, 2016): hlm: 121, <https://doi.org/10.33508/jk.v5i2.991>.

yang faktual. Berdasarkan survei Mastel (2019), dari 1.116 responden, 14,7% mengaku menerima hoax lebih dari sekali setiap hari, 34,6% menerimanya setiap hari, 23,5% menerimanya seminggu sekali, dan 18,2% menerima hoax sebulan sekali. Saat ini, hoax tersebar melalui berbagai media, termasuk aplikasi pesan seperti WhatsApp, Line, dan Telegram (62,80%), situs web (34,90%), serta media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter (92,40%).⁷² Penyebaran hoaks melalui media sosial adalah masalah yang serius. Berita palsu atau informasi yang menyesatkan dapat menyebar dengan cepat, yang sering kali mengganggu opini publik. Media sosial sering kali memprioritaskan konten sensasional, meskipun informasi tersebut tidak valid.

d) Polarisasi sosial

Algoritma media sosial cenderung memperkuat pandangan pengguna dengan menampilkan konten yang mendukung pendapat mereka. Ini dapat mengakibatkan polarisasi sosial, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi

⁷² Anissa Rahmadhany, Anggi Aldila Safitri, dan Irwansyah Irwansyah, “Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial,” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (Januari 31, 2021): hlm. 31, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>.

yang mendukung pandangan mereka tanpa mendengar perspektif lain.⁷³ Akibatnya, dialog terbuka dan pemahaman yang mendalam terhadap isu-isu tertentu menjadi lebih sulit terwujud.

Secara keseluruhan, efek media sosial terhadap perilaku sangat beragam dan kompleks. Di satu sisi, media sosial membawa banyak manfaat seperti penyebaran informasi, memperkuat interaksi sosial, mendukung inovasi bisnis, dan meningkatkan partisipasi politik. Namun di sisi lain, ketergantungan yang berlebihan dan penggunaan yang tidak bijaksana dapat menyebabkan adiksi, penyebaran hoaks, *cyberbullying*, serta polarisasi sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dampak-dampak ini sangat penting agar penggunaan media sosial bisa lebih bijaksana dan terarah.

⁷³ Budiman, “Populisme Di Indonesia Sebagai Ancaman Polarisasi Masyarakat,” hlm. 245.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yang dipilih untuk mendalami persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial. Fenomenologi berhubungan dengan bagaimana suatu objek, peristiwa, atau kondisi muncul dalam persepsi manusia.⁷⁴ Pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti memahami pengalaman subjektif dan interpretasi individu mengenai fenomena polemik politik yang berkembang di platform media sosial. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali pemaknaan subjektif yang dihasilkan dari interaksi langsung individu dengan fenomena yang diteliti.

Melalui eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan pandangan para pengguna media sosial, penelitian ini berupaya mengungkap makna yang mereka berikan pada keterlibatan mereka dalam polemik politik di sosial media. Pendekatan ini juga memungkinkan analisis yang komprehensif tentang bagaimana masyarakat memaknai dan merespons polemik politik di media sosial dalam konteks kehidupan sosial serta pandangan politik mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

⁷⁴ Abdul Nasir, Nurjana, Khaf Shah, Rusdy Abdullah Sirodj, M. Win Afgani, "Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3 no. 5 (Oktober 21, 2023): hlm. 1

memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi masyarakat terhadap polemik politik, tetapi juga berkontribusi dalam memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana interaksi politik di media sosial memengaruhi sikap dan pemikiran masyarakat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sosial media Whatsap, Youtube, Instagram dan Facebook dengan difokuskan terhadap akun media sosial dari lima tokoh pendakwah yang secara aktif terlibat dalam program konten dakwahnya di sosial media, yakni Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Felix Siau, Habib Ja'far al-Hadar dan Ustaz Khalid Basalamah. Dalam konteks penelitian, Whatsap, Instagram, Youtube dan Facebook sebagai platform media sosial dapat dianggap sebagai lokasi dan periode penelitian.

Pemilihan tokoh-tokoh tersebut dilakukan dengan pertimbangan untuk menyoroti keterlibatan tokoh agama dalam dinamika politik yang ada di sosial media. Lima tokoh tersebut dipilih karena memiliki pengaruh dan popularitas yang signifikan di kalangan masyarakat Indonesia, terutama dalam konteks dakwah. Dalam konteks polemik politik di media sosial, ada beberapa alasan pemilihan kelima tokoh tersebut berdasarkan potensi dominasi konten yang kontroversial dan juga toleran di media sosial sebagai berikut:

- a. Ustaz Abdul Somad:

- 1) Potensi Kontroversial: Ustaz Abdul Somad sering menghasilkan konten yang kontroversial dengan gaya ceramahnya yang tegas dan kadang-kadang kontroversial.
 - 2) Respons Pengikut: Melihat respons pemirsa terhadap konten-kontennya, peneliti dapat mengukur tingkat kontroversi yang ditimbulkan oleh konten-konten tersebut.
 - 3) Tingkat Partisipasi: Peneliti dapat memeriksa tingkat partisipasi pengikut dalam komentar, *like*, dan *share* terhadap konten-konten Ustaz Abdul Somad yang berpotensi kontroversial.
- b. Adi Hidayat:
- 1) Ketertarikan Pengikut: Peneliti dapat melihat tingkat ketertarikan dan partisipasi pengikut terhadap konten-konten Adi Hidayat yang seringkali menghadirkan pandangan-pandangan kontroversial.
 - 2) Dampak Konten: Analisis terhadap komentar, tanggapan, dan diskusi yang muncul di sekitar konten-konten Adi Hidayat dapat memberikan gambaran tentang dampaknya terhadap audiens.
- c. Felix Siauw:
- 1) Interpretasi Agama: Felix Siauw sering menyajikan konten-konten yang menekankan pada interpretasi agama yang konservatif, yang dapat menarik perhatian pengikutnya.

- 2) Respon Terhadap Konten: Peneliti dapat memeriksa respons terhadap konten-konten Felix Siauw yang cenderung menimbulkan perdebatan atau kontroversi, serta cara pengikutnya meresponsnya.
- d. Habib Ja'far al-Hadar:
- 1) Pesan Toleransi: Habib Ja'far sering menekankan pada pesan-pesan toleransi dan kerukunan antar umat beragama dalam kontennya.
 - 2) Reaksi Audiens: Peneliti dapat memeriksa bagaimana audiens merespons pesan-pesan toleransi yang disampaikan oleh Habib Ja'far dalam kontennya.
- e. Khalid Basalamah:
- 1) Pendekatan Moderat: Khalid Basalamah dikenal dengan pendekatan dakwahnya yang moderat dan inklusif.
 - 2) Konten yang Menginspirasi: Peneliti dapat mengevaluasi konten-konten Khalid Basalamah yang sering menghadirkan pesan-pesan yang dapat menginspirasi dan mempengaruhi pengikutnya dalam konteks toleransi dan kontroversi.

Dalam mencapai target penelitian, peneliti membagi waktu penelitian yang akan dilaksanakan ke dalam tiga tahap kronologis. *Tahap pertama*, tahap persiapan dan orientasi akan dimulai pada awal November 2023. *Tahap kedua*, tahap penggalan data penelitian dijadwalkan berlangsung dari awal April 2024 hingga akhir Juni 2024. Selanjutnya *tahap ketiga*,

penelitian akan memasuki tahap telaah dan sistematisasi data, yang dijadwalkan dimulai pada bulan Juli hingga Agustus 2024. Dengan demikian, estimasi waktu penelitian ini mencakup periode sepuluh bulan, mulai dari tahap persiapan dan orientasi hingga tahap akhir.

C. Sumber Data

Penelitian ini membutuhkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.⁷⁵ Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sejumlah informan yang dipilih secara *purposif*, yaitu individu-individu yang aktif mengikuti konten dakwah para tokoh agama, seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Felix Siauw, Habib Ja'far al-Hadar, dan Ustaz Khalid Basalamah, di media sosial. Informan tersebut dipilih berdasarkan pengalaman mereka dalam mengamati interaksi politik yang melibatkan tokoh agama di media sosial, serta keterlibatan mereka dalam diskusi atau polemik yang terjadi.

Setiap dari 10 informan dipilih untuk mewakili pengikut konten di media sosial dari lima ustaz terkemuka, yaitu Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Ustaz Felix Siauw, Habib Ja'far al-Hadar, dan Ustaz Khalid Basalamah. Meskipun jumlah informan terlihat kecil, sampel yang lebih sedikit lebih mudah dikelola untuk alasan praktis, terutama karena setiap informan dapat memberikan data yang mendalam dan terperinci terkait

⁷⁵ John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 137–38.

persepsi mereka terhadap polemik politik di media sosial yang melibatkan tokoh agama.⁷⁶ Beberapa kriteria pemilihan informan meliputi:

1. Jenis kelamin: Pemilihan informan dilakukan secara seimbang antara laki-laki dan perempuan untuk memperoleh sudut pandang yang berbeda terkait penerimaan konten dakwah dan pengalaman personal mengenai polemik politik yang muncul dari konten tokoh agama di media sosial.
2. Pendidikan terakhir: Tingkat pendidikan beragam, mulai dari SMA, Diploma, Sarjana, hingga Magister, untuk menggambarkan pemahaman yang berbeda terhadap konten dakwah dan tingkat keterlibatan mereka dalam diskusi politik yang terkait dengan para ustaz di media sosial.
3. Lokasi: Informan dipilih dari berbagai daerah untuk menangkap keragaman sosial budaya dan variasi pola konsumsi media sosial di wilayah yang berbeda, yang dapat memengaruhi persepsi terhadap polemik politik yang melibatkan tokoh agama.
4. Pekerjaan: Beragam latar belakang pekerjaan seperti PNS, wiraswasta, mahasiswa, pengajar, dosen, pedagang, karyawan swasta, peneliti, dan ibu rumah tangga, dipilih untuk melihat bagaimana profesi mereka memengaruhi

⁷⁶ Nadiatus Salama, Medina Janneta El-Rahman, and Mahfud Sholihin, "Investigation into obedience in the face of unethical behavior," *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 5, no. 2 (October 31, 2020): hlm. 210, <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i2.7074>.

pandangan, akses, dan penggunaan media sosial, khususnya terkait konten dakwah yang terlibat dalam diskursus politik.

Selain data primer di atas, data sekunder juga dibutuhkan sebagai upaya dalam memperluas kajian-kajian yang diperoleh dari studi literatur mencakup artikel ilmiah, buku, serta analisis konten digital yang relevan dengan dinamika dakwah dan polemik politik di media sosial. Data ini dianalisis untuk memahami persepsi masyarakat terhadap polemik politik di sosial media hingga keterlibatan para tokoh agama dalam diskursus politik dan dampaknya terhadap interaksi sosial di kalangan umat Islam.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap polemik politik yang berkembang di media sosial, serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi tersebut. Penelitian ini berangkat dari pertanyaan utama mengenai bagaimana masyarakat memandang polemik politik yang terjadi di platform media sosial, terutama ketika melibatkan tokoh agama seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Felix Siau, Habib Ja'far al-Hadar, dan Ustaz Khalid Basalamah. Dengan menganalisis persepsi masyarakat dan faktor-faktor yang memengaruhinya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dinamika opini publik dalam konteks polemik politik yang melibatkan tokoh agama di era digital.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan wawancara sebagai metode pengumpulan data kualitatif untuk memperluas proses pengambilan data yang diperlukan. Peneliti menggunakan Teknik wawancara *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* karena memiliki beberapa keuntungan yang relevan terhadap penelitian ini. Keuntungan tersebut antara lain: *Pertama* peneliti mendapatkan wawasan yang mendalam tentang bagaimana masyarakat merespons konten yang mereka konsumsi di sosial media, termasuk tanggapan, pendapat, dan reaksi mereka terhadap pesan yang disampaikan. *Kedua*, peneliti lebih secara selektif memilih responden yang memiliki pengalaman atau pandangan khusus terkait topik yang diteliti, dalam hal ini terhadap polemik politik di sosial media. *Ketiga*, peneliti dapat menentukan jumlah responden yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan data yang ingin didapatkan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, di mana responden diminta untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka tentang interaksi dengan konten politik yang menimbulkan polemik. Peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari narasi responden terkait pandangan mereka terhadap fenomena polemik politik, baik yang bersifat mendukung, netral, maupun berlawanan. Dengan metode ini, peneliti dapat menangkap nuansa emosi, keyakinan, dan nilai

yang mendasari pandangan mereka. Berikut beberapa alasan mengapa data wawancara penting dalam penelitian ini:

- 1) Pemahaman respons audiens: Wawancara memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana audiens mempersepsikan konten dakwah tersebut. Peneliti dapat mengetahui bagaimana pesan-pesan tersebut diterima, dipahami, dan dimaknai oleh responden terhadap isu-isu yang dibahas dalam konten tersebut.
- 2) Identifikasi pola dan tren: Peneliti dapat melihat apakah ada kesamaan dalam tanggapan, serta menemukan isu-isu yang paling banyak dibicarakan atau diperdebatkan oleh audiens.
- 3) Eksplorasi sikap dan opini: Wawancara memungkinkan peneliti untuk menjelajahi sikap dan opini audiens terhadap konten dakwah tersebut. Peneliti dapat mengetahui sejauh mana audiens setuju atau tidak setuju dengan pesan-pesan yang disampaikan, serta faktor-faktor apa yang memengaruhi sikap dan opini mereka.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti menghubungi informan untuk menanyakan kesediaan mereka berpartisipasi dalam penelitian ini. Setelah mencapai kesepakatan lokasi dan waktu wawancara, informan memberikan persetujuan, baik secara lisan maupun tertulis, melalui lembar *informed consent* yang wajib ditandatangani.⁷⁷ Lembar ini berisi penjelasan tentang

⁷⁷ Nadiatus Salama dan Nobuyuki Chikudate, “Unpacking the lived experiences of corporate bribery: a phenomenological analysis of the common sense in the Indonesian business world,” *Social Responsibility Journal* 19, no. 3 (February 28, 2023): hlm. 5, <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2021-0232>.

tujuan penelitian, hak-hak informan sebagai partisipan, serta jaminan privasi dan kerahasiaan data. Informan juga diberitahu bahwa partisipasi mereka bersifat sukarela, dan mereka berhak mengundurkan diri kapan saja tanpa konsekuensi.

Setelah menyepakati berbagai hal di atas, jadwal wawancara disesuaikan secara fleksibel dengan ketersediaan waktu informan. Peneliti juga menjaga anonimitas dan kerahasiaan data dengan tidak menyebutkan nama asli atau detail pribadi informan. Demi mematuhi etika penelitian yang melindungi hak asasi manusia dan privasi, informasi rinci mengenai latar belakang informan tidak dicantumkan.

Proses wawancara dilakukan baik melalui pertemuan langsung maupun panggilan telepon, sesuai dengan preferensi informan. Setiap wawancara direncanakan berlangsung selama 45 hingga 60 menit, bertujuan menggali persepsi informan terkait polemik politik di media sosial. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan representatif mengenai pandangan masyarakat terhadap fenomena politik di media sosial. Berikut ini adalah karakteristik dari para informan pada penelitian ini:

Kode Informan	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Lokasi	Pekerjaan	Waktu Wawancara
Informan 1	Laki-laki	SMA	Sukoharjo	Mahasiswa	26 Agustus 2024
Informan 2	Perempuan	Sarjana	Surakarta	Guru	7 September 2024
Informan 3	Perempuan	Sarjana	Sukoharjo	Pegawai non-PNS	1 September 2024
Informan 4	Perempuan	Sarjana	Pekalongan	Guru	9 September 2024
Informan 5	Laki-laki	Sarjana	Semarang	Karyawan Swasta	31 Agustus 2024
Informan 6	Laki-laki	Sarjana	Semarang	Pedagang Keliling	1 September 2024
Informan 7	Perempuan	Sarjana	Surakarta	Guru	7 September 2024
Informan 8	Perempuan	Sarjana	Surakarta	Buruh Pabrik	28 Agustus 2024
Informan 9	Laki-laki	SMA	Semarang	Pedagang	30 Agustus 2024
Informan 10	Laki-laki	Sarjana	Semarang	Pegawai non-PNS	27 Agustus 2024

Tabel 3. 1 Data Informan

Dengan menggunakan metode wawancara, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang dinamika interaksi antara konten dakwah dan audiens dalam konteks sosial yang lebih luas. Dengan demikian, wawancara memberikan kontribusi yang berharga dalam mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap polemik politik di sosial media. Penelitian kualitatif dianggap selesai ketika semua aktivitas yang telah direncanakan berhasil dilaksanakan.⁷⁸

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Cetakan Ke-1 (Alfabeta CV, 2019), hlm. 56.

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan uji *credibility* (validitas internal) yang dilakukan dengan berbagai metode yang dapat diringkas oleh peneliti. Adapun beberapa metode triangulasi yang digunakan adalah melalui triangulasi metode, triangulasi sumber dan triangulasi teori. Penggunaan triangulasi tersebut digunakan demi mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang kompleksitas fenomena yang diteliti.

a. Triangulasi Metode

Triangulasi metode memungkinkan peneliti mendekati fenomena yang diteliti dari berbagai sudut pandang dan menggunakan pendekatan analisis yang berbeda untuk menggali beragam aspek polemik politik di media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yang membantu memetakan secara sistematis dan menyeluruh bagaimana masyarakat memahami, merespons, dan terlibat dalam diskusi politik yang terjadi di media sosial.

b. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan elemen penting dalam penelitian ini. Dengan menggabungkan berbagai sumber data, seperti literatur ilmiah, data statistik, dan respons pengguna media sosial, peneliti dapat memperkuat dan memvalidasi temuan. Misalnya, literatur ilmiah memberikan konteks teoritis yang mendalam, sementara data statistik mengungkap pola dan tren yang lebih luas terkait interaksi

politik di media sosial. Dengan demikian, melalui triangulasi sumber, peneliti dapat memastikan bahwa temuan didukung oleh bukti yang beragam dan konsisten.

c. Triangulasi Teori

Triangulasi teori memungkinkan peneliti melihat fenomena polemik politik di media sosial dari berbagai perspektif konseptual. Dengan menggabungkan teori persepsi, teori komunikasi politik, dan teori media sosial, peneliti dapat memahami bagaimana masyarakat membentuk pandangan mereka terhadap isu-isu politik yang berkembang di platform digital. Dengan menggabungkan ketiga teori ini, peneliti dapat menghasilkan interpretasi yang lebih mendalam mengenai bagaimana persepsi masyarakat terhadap polemik politik dibentuk, dipengaruhi, dan dipertahankan di era media sosial.

Dengan menggunakan triangulasi metode, sumber, dan teori secara bersama-sama, penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang kaya, terperinci, dan bermakna. Triangulasi ini memperkuat keandalan, validitas, dan generalitas temuan data, sehingga memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman tentang fenomena yang diteliti. Dengan demikian, penggunaan triangulasi dalam penelitian ini menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Miles dan Huberman (1984) menyatakan bahwa teknik analisis kualitatif dilakukan secara periodik, interaktif, dan saling terkait hingga mencapai titik jenuh dalam pengumpulan datanya.⁷⁹ Meskipun melalui data wawancara sudah dapat memberikan pemahaman yang cukup terhadap penerimaan responden terhadap konten *podcast* dakwah namun tahap analisis data diperlukan untuk merumuskan temuan secara lebih mendalam dan sistematis.

- a. Reduksi data (*data reduction*): Setelah mengumpulkan tanggapan dan komentar, peneliti akan menghimpun data yang jumlahnya cukup besar. Reduksi data memungkinkan peneliti untuk mempersempit fokus analisis dengan mengidentifikasi pola-pola, tema-tema, atau aspek-aspek kunci yang muncul secara konsisten dalam data tersebut. Ini membantu dalam menyederhanakan kompleksitas data dan mempersiapkannya untuk tahap analisis lebih lanjut.
- b. Penyajian data (*data display*): penyajian data melibatkan penyajian data secara visual, seperti melalui tabel, diagram, atau grafik. Ini memungkinkan peneliti untuk secara visual memperlihatkan temuan atau pola yang muncul dalam

⁷⁹ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami desain metode penelitian kualitatif”, *Humanika*, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum 21, no. 1 (2021): hlm. 45. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.

analisis data. Penyajian data membantu peneliti untuk menggambarkan secara jelas dan mudah dimengerti bagaimana variabel-variabel terkait dan bagaimana hubungan antara mereka.

- c. Kesimpulan (*conclusion*): Tahap kesimpulan adalah saat peneliti menginterpretasikan temuan secara menyeluruh dan membuat kesimpulan yang didukung oleh data. Ini melibatkan sintesis temuan dari analisis konten dan tanggapan komentar, serta pengaitan kembali temuan tersebut dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian yang hendak dicapai. Kesimpulan memungkinkan peneliti untuk menyajikan hasil penelitian secara komprehensif dan merumuskan implikasi penelitian yang relevan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, meskipun wawancara memberikan kontribusi yang besar dalam pengumpulan data, namun tahapan analisis data berupa tahap reduksi data, penyajian data dan kesimpulan masih sangat diperlukan dalam menyajikan dan menginterpretasikan hasil penelitian secara menyeluruh dalam penelitian kualitatif.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perspektif Positif Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media

Persepsi sebagai proses mental yang melibatkan interpretasi dan pemahaman terhadap informasi yang diterima melalui rangsangan panca indera, memiliki peran penting dalam membentuk pandangan individu atau kelompok terhadap fenomena di sekitar. Melalui rangsangan tersebut, seseorang atau kelompok akan menentukan persepsi positif atau negatif terhadap apa yang dipandang baik atau buruk.⁸⁰ Dalam konteks spesifik penelitian ini, persepsi merujuk pada bagaimana masyarakat menginterpretasikan dan menilai secara positif polemik politik di media sosial.

Pandangan para informan mengenai polemik politik di media sosial menunjukkan bahwa media sosial dianggap sebagai sarana yang efektif untuk memperoleh informasi politik dengan cepat dan tanpa batas.

“Saya biasanya mengetahui perkembangan polemik politik dari media sosial, terutama Twitter dan Instagram. Di sana, banyak orang yang membagikan berita atau opini, baik dari sumber resmi maupun dari pandangan

⁸⁰ Frekha Angela Ananda, “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak Mengenai Infodemi Covid-19 di Youtube,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5 no. 2 (Desember, 2022), hlm. 738.

pribadi. Saya sering mengikuti diskusi-diskusi tersebut untuk tahu apa yang sedang ramai dibicarakan, meskipun kadang sulit membedakan mana yang benar-benar objektif dan mana yang subjektif.”⁸¹

“Saya biasanya dari unggahan di Instagram dan Twitter. Saya juga sering membaca komentar-komentar di sana, karena kadang dari komentar justru muncul informasi atau perspektif yang berbeda. Selain itu, saya juga ikut grup WhatsApp yang sering membahas isu-isu politik, jadi informasi cukup beragam.”⁸²

Peneliti mengidentifikasi bahwa platform seperti Twitter, Instagram, dan WhatsApp sebagai alat yang memungkinkan masyarakat untuk dapat mengakses ke berbagai informasi politik. Mereka merasa bahwa akses ini tidak hanya memperkaya wawasan mereka, tetapi juga memberikan kesempatan untuk menilai informasi secara kritis. Hal ini sejalan dengan harapan bahwa media sosial dapat menjadi sarana edukatif yang mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan beragam sudut pandang, meskipun mereka tetap dihadapkan pada tantangan untuk memilah informasi yang benar-benar objektif dari informasi yang subjektif atau bias.

Kebebasan berekspresi di media sosial juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk berdiskusi dan berbagi pendapat politik. Informan juga menyoroti aspek positif dari algoritma media sosial yang membantu mereka menemukan konten politik yang sesuai dengan minat pribadi.

⁸¹ Hasil wawancara dengan informan 1 pada tanggal 9 September 2024.

⁸² Hasil wawancara dengan informan 3 pada tanggal 7 September 2024.

“Algoritma media sosial sangat berpengaruh. Saya sering melihat konten politik yang muncul di beranda saya adalah konten yang serupa dengan apa yang pernah saya lihat atau sukai sebelumnya. Ini membuat saya merasa algoritma membentuk "lingkungan" informasi yang kadang mempersempit sudut pandang saya karena terus menampilkan hal-hal yang sama.”⁸³

Informan 2 dan informan 3 mengungkapkan bahwa algoritma membantu mereka mengikuti isu-isu politik terbaru yang relevan dengan pandangan mereka. Meskipun mereka menyadari risiko dari "bubble filter" yang dihasilkan oleh algoritma ini, secara keseluruhan, kemudahan yang ditawarkan dianggap sebagai hal yang positif.

“Algoritma sangat berperan besar. Saya sering kali melihat konten yang mirip dengan yang sebelumnya saya tonton atau baca. Kadang ini membuat saya merasa terjebak dalam "gelembung" informasi yang sama, sehingga saya harus lebih aktif mencari informasi dari sumber yang berbeda untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas.”⁸⁴

Perspektif religius juga dianggap memperkaya sudut pandang politik di media sosial.⁸⁵ Tokoh seperti Ustaz Adi

⁸³ Hasil wawancara dengan informan 2 pada tanggal 1 September 2024.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan informan 3 pada tanggal 7 September 2024.

⁸⁵ Mahatva Yoga Adi Pradana, “Relasi Kuasa Politik Tokoh Agama Dalam Hegemoni Pemilikada 2020,” *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 3, no. 2 (Desember 31, 2020): hlm. 421, <https://doi.org/10.14421/lijid.v3i2.2418>.

Hidayat, dirasakan masyarakat bahwa panduan religius dalam menyikapi isu politik memberikan dimensi moral yang membantu mereka bersikap bijaksana dan adil dalam menilai permasalahan politik. Pengaruh ini dianggap sebagai upaya untuk meredam konflik dalam menghadapi isu-isu politik yang sensitif dan mengedepankan sikap bijaksana.

“Saya mengikuti Ustaz Adi Hidayat di media sosial, terutama di YouTube dan Instagram. Meskipun beliau lebih banyak berbicara tentang ajaran agama, ada beberapa momen di mana beliau menyinggung isu-isu sosial dan politik yang cukup relevan. Misalnya, pada saat pemilihan presiden beberapa waktu lalu, Ustaz Adi Hidayat pernah membahas tentang pentingnya memilih pemimpin yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai Islam tanpa menyebutkan nama atau pihak tertentu. Walaupun tidak secara eksplisit terlibat dalam polemik politik, beliau tetap memberikan panduan bagi umat dalam menentukan pilihan politik, yaitu dengan tetap mengutamakan nilai-nilai akhlak dan kejujuran.

Ada juga satu momen ketika beliau membahas isu mengenai UU Omnibus Law yang sempat ramai di media sosial. Dalam ceramahnya, beliau tidak langsung mengkritik secara keras, tetapi lebih menekankan pada bagaimana umat Islam sebaiknya menyikapi kebijakan pemerintah dengan cara yang bijak dan tidak anarkis, namun tetap bisa memberikan masukan yang konstruktif. Pesan beliau tentang pentingnya menjaga stabilitas negara di tengah polemik politik menjadi pengingat bagi saya bahwa politik harus dihadapi dengan cara-cara damai dan sesuai dengan tuntunan agama. Pengaruh dari tokoh seperti Ustaz Adi Hidayat cukup besar dalam cara saya melihat polemik politik. Meskipun tidak mengarahkan pada pilihan politik tertentu, pandangan beliau memberikan perspektif yang lebih luas dan religius dalam menyikapi isu-isu politik. Saya jadi lebih hati-hati dalam

*menanggapi berita atau informasi politik yang beredar di media sosial dan berusaha untuk tidak langsung terjebak dalam perdebatan tanpa landasan yang jelas.*⁸⁶

Hal serupa juga turut dirasakan informan lainnya terhadap keterlibatan tokoh agama seperti Ustaz Adi Hidayat dalam menyoroti polemik politik di sosial media. Peran Ustaz Adi Hidayat yang sering menyampaikan pesan tentang persatuan di tengah isu sosial, menekankan pentingnya kebijaksanaan dalam menyebarkan informasi.

*"Ketika Ustaz Adi Hidayat menyampaikan ceramahnya, meskipun fokus utama tetap pada ajaran agama dan ibadah, beliau sering kali menyinggung sedikit soal kondisi sosial yang ada di masyarakat saat ini. Beliau biasanya menyampaikan pandangan mengenai pentingnya menjaga persatuan umat dan menghindari perselisihan dalam menghadapi isu-isu sosial, termasuk yang sedang ramai dibicarakan di media sosial. Misalnya, beliau mengajak masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi dan lebih banyak melakukan refleksi agar tidak mudah terpengaruh oleh berita yang belum tentu benar. Menurut saya, pendekatan beliau ini sangat relevan karena mengingatkan para pendengar untuk tetap bijaksana dan berpikir kritis, terutama saat mengonsumsi informasi di media sosial. Namun, cara penyampaian beliau tetap lembut dan penuh nasihat, tidak secara langsung menunjukkan keberpihakan dalam isu politik tertentu."*⁸⁷

Walaupun peran Ustaz Adi Hidayat cukup mendominasi secara positif yang dirasakan masyarakat terhadap polemik politik yang terjadi di sosial media, namun Ustaz Abdul Somad

⁸⁶ Hasil wawancara dengan informan 3 pada tanggal 7 September 2024.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan informan 7 pada tanggal 1 September 2024.

juga sering memberikan pandangan tentang pentingnya memilih pemimpin yang baik dan persatuan umat. Pandangan ini berkontribusi pada kesadarannya dalam menyikapi isu politik.

"Saya mengikuti Ustaz Abdul Somad di Instagram. Dia kadang-kadang menyinggung juga soal kondisi politik, seperti saat dia memberikan ceramah menjelang pemilu. Misalnya, dia mengingatkan kita untuk memilih pemimpin yang baik dan berintegritas, tanpa menyebut nama atau partai tertentu. Itu membuat saya jadi lebih paham tentang pentingnya memilih dengan bijak. Selain itu, dia juga sering mengingatkan tentang pentingnya persatuan umat, terutama saat ada perbedaan pandangan politik di antara kita. Pesan-pesan seperti ini membuat saya lebih sadar akan bagaimana seharusnya kita bersikap dalam konteks sosial dan politik saat ini."

Secara keseluruhan, wawancara ini mengungkapkan bahwa meskipun media sosial membawa tantangan, masyarakat tetap melihat perspektif positif dalam memanfaatkan platform ini untuk mengakses informasi politik yang lebih terbuka, memperkaya diskusi, dan meningkatkan kesadaran politik. Media sosial dinilai dapat memfasilitasi dialog politik yang inklusif, dengan tetap kritis dalam menyeleksi dan memverifikasi informasi yang diterima.⁸⁸

Persepsi positif terhadap keberadaan diskusi politik di media sosial terlihat dari keinginan informan untuk tetap

⁸⁸ Dilla Agis Dwiyantri et al., "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Warga Negara: Dampak Positif dan Negatif," *Humanities Research* 1, no. 4 (Juni, 2023): hlm. 305, <https://doi.org/10.46799/adv.v1i4.34>.

berpikir kritis dan mempertahankan hubungan sosial meskipun ada perbedaan pandangan. Ini mencerminkan harapan akan terciptanya diskusi yang lebih sehat dan konstruktif di tengah tantangan yang ada.

Dengan demikian, perspektif positif masyarakat terhadap polemik politik di media sosial tidak hanya terletak pada keberadaan informasi, tetapi juga pada kemampuan individu untuk menyaring dan menganalisis informasi tersebut. Masyarakat cenderung menghargai ruang diskusi yang ada, dengan tetap mengedepankan sikap kritis dan rasa saling menghargai dalam menyikapi perbedaan pendapat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki potensi untuk menimbulkan konflik, namun juga bisa menjadi platform positif untuk pembelajaran dan pemahaman terhadap polemik politik yang lebih baik.

2. Perspektif Negatif Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, persepsi negatif terhadap polemik politik di media sosial muncul sebagai respons terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi cara pandang masyarakat. Persepsi negatif ini sering kali dipicu oleh ketidakpuasan atau ketidakpercayaan terhadap sumber informasi dan aktor-aktor yang terlibat dalam diskusi politik daring. Menurut Rakhmat Jalaludin (2012), individu cenderung membentuk persepsi berdasarkan pengalaman, nilai-nilai pribadi, serta paparan terhadap informasi tertentu yang dapat

memengaruhi reaksi emosional mereka terhadap isu politik yang kontroversial.⁸⁹ Kondisi ini diperburuk oleh sifat media sosial yang sering kali memfasilitasi penyebaran opini subjektif yang belum tentu berbasis fakta, sehingga masyarakat cenderung skeptis dan mudah terpengaruh oleh pendapat subjektif dibandingkan fakta objektif. Sebagaimana wawancara salah satu informan berikut:

“Menurut saya, diskusi politik di media sosial seringkali sangat cepat berkembang dan kadang sulit dikendalikan. Setiap orang bisa bebas memberikan pendapat, tapi banyak juga yang tidak disertai fakta atau malah berujung pada perdebatan yang tidak sehat. Di sisi lain, media sosial juga mempermudah akses untuk mendapat informasi politik, jadi ada positif dan negatifnya.”⁹⁰

Persepsi negatif ini diperkuat oleh pandangan Informan lainnya, yang merasa bahwa arus informasi politik di media sosial sering kali berat sebelah. Informan menyatakan bahwa kebanyakan orang cenderung hanya membagikan informasi yang mendukung pandangan mereka sendiri, sehingga sulit menemukan diskusi yang benar-benar seimbang atau netral. Menurutnya, disinformasi dan bias dalam penyajian informasi ini mengakibatkan atmosfer diskusi yang tidak kondusif dan memicu polarisasi di kalangan pengguna.

“Dari yang saya lihat, kebanyakan konten politik di media sosial cenderung berpihak. Sangat jarang ada konten yang

⁸⁹ Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, hlm. 50.

⁹⁰ Hasil wawancara dengan informan 1 pada tanggal 9 September 2024.

benar-benar netral. Orang-orang lebih suka membagikan konten yang mendukung pandangan politik mereka sendiri, dan ini memperkuat polarisasi di masyarakat. Ini membuat sulit untuk menemukan informasi yang objektif.”⁹¹

Dalam wawancara, kedua informan juga mengungkapkan bahwa mereka merasa media sosial lebih sering membawa dampak negatif daripada positif. Banyak perdebatan di media sosial yang berubah menjadi pertikaian pribadi, dan ia pernah menyaksikan orang saling mencela karena perbedaan pandangan politik. Hal ini menunjukkan bahwa diskusi politik di media sosial tidak produktif dan lebih condong pada suasana konfrontatif.

“Saya merasa diskusi politik di media sosial cenderung lebih banyak membawa dampak negatif. Banyak orang yang terlalu emosional dan akhirnya perdebatan jadi tidak produktif. Kadang saya lihat orang-orang saling mencela hanya karena perbedaan pandangan politik. Namun, ada juga sisi positifnya karena kita jadi lebih mudah mengakses informasi dari berbagai sumber.”⁹²

Sementara itu, Informan lainnya menambahkan bahwa meski ada manfaat dari cepatnya akses informasi, fenomena ujaran kebencian dan penyebaran fitnah di media sosial justru semakin memperburuk persepsi negatif masyarakat.

“Saya merasa ada dampak positif dan negatifnya. Positifnya, orang bisa lebih cepat tahu perkembangan politik dan bisa berdiskusi secara luas. Namun, negatifnya,

⁹¹ Hasil wawancara dengan informan 2 pada tanggal 1 September 2024.

⁹² Hasil wawancara dengan informan 1 pada tanggal 9 September 2024.

seringkali diskusi berujung pada saling menghina dan memecah belah masyarakat. Ada banyak sekali ujaran kebencian dan fitnah yang membuat suasana jadi kurang nyaman.”⁹³

Secara keseluruhan, wawancara ini menunjukkan bahwa meski media sosial berpotensi memberikan akses informasi politik secara cepat, persepsi negatif masyarakat tetap mendominasi. Diskusi yang berat sebelah, keberpihakan konten, serta tingginya insiden ujaran kebencian menjadi faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap pandangan negatif terhadap polemik politik di media sosial.

Diskusi politik di media sosial cenderung bersifat provokatif dan lebih sering menjadi ajang perdebatan keras daripada diskusi yang sehat. Platform media sosial belum banyak dimanfaatkan dengan baik untuk diskusi yang membangun, sehingga konten yang ada sering kali lebih memancing konflik antar pengguna karena informasi yang dibagikan belum tentu valid. Persepsi ini memperlihatkan bahwa informan melihat potensi negatif dalam diskusi politik *online*, terutama dalam hal pembentukan opini publik yang cenderung berpihak dan kurang kritis.

“Menurut saya, diskusi politik di media sosial sangat beragam, tergantung dari siapa yang membagikan atau memulai diskusi. Ada yang bersifat informatif, namun banyak juga yang cenderung provokatif. Sayangnya, sering kali saya melihat bahwa media sosial lebih banyak

⁹³ Hasil wawancara dengan informan 2 pada tanggal 1 September 2024.

menjadi ajang perdebatan keras daripada diskusi yang benar-benar sehat.”⁹⁴

Selain itu, informan lain juga merasakan dampak negatif dari diskusi politik di media sosial. Media sosial tampak membuat berbagai isu politik terkesan lebih ekstrem, yang menurutnya sebagian besar disebabkan oleh algoritma yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna. Efek ini dianggap dapat memperkuat bias dan menciptakan semacam "lingkaran tertutup" pandangan, di mana seseorang akan sulit mendapatkan perspektif yang berbeda.⁹⁵ Informan melihat bagaimana diskusi politik di media sosial kerap memicu respons emosional dan reaksi berlebihan, yang pada akhirnya menimbulkan perpecahan daripada pemahaman bersama.

"Saya merasa media sosial sekarang cenderung membuat segala hal tampak ekstrem. Mungkin karena algoritma yang menampilkan konten yang sering disukai atau dibicarakan. Saya lihat di Twitter misalnya, banyak yang berdebat soal isu politik, tapi kadang kurang substansi karena lebih banyak adu pendapat daripada berdiskusi."

"Menurut saya, ada dua sisi, tapi belakangan ini lebih banyak negatifnya. Orang mudah sekali tersulut dan merasa tersinggung karena tulisan atau gambar di media sosial. Kadang isu sepele bisa jadi besar hanya karena

⁹⁴ Hasil wawancara dengan informan 4 pada tanggal 28 Agustus 2024.

⁹⁵ Sri Riski Wulandari, Andi Alimuddin Unde, dan Muliadi Mau, "Masyarakat Era Digital Dalam Perspektif Studi Risiko Dan Peluang Algoritma Media Sosial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (Maret 5, 2021): hlm. 41, <https://doi.org/10.32816/dialektika.v8i1.1954>.

*banyak yang ikut bicara tanpa tahu latar belakang masalah.*⁹⁶

Perbedaan pandangan yang kerap diperkuat oleh media sosial dapat memperlemah persatuan karena adanya persaingan pendapat yang cenderung ekstrem. Sering kali masyarakat tampak lebih fanatik dalam mempertahankan pandangan mereka daripada terbuka untuk berdialog. Persepsi negatif ini sejalan dengan observasi para informan sebelumnya yang merasa bahwa algoritma media sosial dan polarisasi konten memperburuk situasi, sehingga menimbulkan ketegangan dalam kehidupan sosial masyarakat.

Para informan merasa bahwa media sosial cenderung menguatkan polarisasi dan mempersempit ruang dialog yang konstruktif. Fenomena ini mengindikasikan bahwa bagi sebagian pengguna, media sosial lebih berdampak sebagai ruang perdebatan yang memecah belah, daripada sebagai sarana informasi yang objektif dan berimbang. Persepsi ini mempertegas bahwa faktor algoritma dan konten yang provokatif berpotensi memperburuk iklim diskusi politik di media sosial, dan sekaligus memperlemah keterhubungan sosial di masyarakat.

Informan lainnya juga menambahkan bahwa media sosial sering kali memihak, dan diskusi politik di dalamnya dapat memperlemah persatuan masyarakat. Bagi mereka, alih-alih

⁹⁶ Hasil wawancara dengan informan 5 pada tanggal 26 Agustus 2024.

mempererat, perbedaan pandangan di media sosial justru menjadi pemicu konflik di antara pengguna.

"Banyak konten yang saya lihat berpihak ke satu sisi saja. Jarang yang benar-benar netral. Kadang saya merasa beberapa akun itu memang sengaja mendukung satu pihak tertentu, jadi susah juga kalau mau cari informasi yang benar-benar seimbang."⁹⁷

"Di media sosial saya lihat banyak yang nggak netral. Kebanyakan isinya memihak ke salah satu sisi. Kadang saya lihat akun-akun besar itu kayaknya memang cenderung mendukung salah satu partai atau kelompok."⁹⁸

Arus media sosial kerap kali lebih mengedepankan sensasionalisme daripada substansi, sehingga diskusi menjadi terfragmentasi dan menjurus pada pertengkaran. Informan mengungkapkan bahwa pengalaman pribadinya sering kali menunjukkan bahwa debat di media sosial tidak hanya menimbulkan ketegangan dengan teman atau keluarga, tetapi juga mengurangi kualitas hubungan sosialnya.

"Menurut saya, media sosial lebih cenderung memperlemah persatuan. Sering kali, orang lebih fokus pada perbedaan daripada kesamaan. Hal ini membuat diskusi politik jadi semakin terbagi-bagi."⁹⁹

⁹⁷ Hasil wawancara dengan informan 8 pada tanggal 7 September 2024.

⁹⁸ Hasil wawancara dengan informan 9 pada tanggal 27 Agustus 2024.

⁹⁹ Hasil wawancara dengan informan 10 pada tanggal 30 Agustus 2024.

Secara keseluruhan, hasil wawancara mengungkapkan bahwa persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial cenderung negatif. Meskipun media sosial memberikan akses cepat terhadap informasi politik, informan merasa bahwa platform ini lebih sering memperkuat polarisasi, menampilkan konten yang berat sebelah, dan memicu perdebatan yang emosional daripada diskusi yang sehat dan konstruktif. Fenomena algoritma yang mendukung penyebaran konten sesuai preferensi pengguna, serta maraknya ujaran kebencian dan fitnah, semakin memperburuk suasana diskusi, sehingga media sosial dianggap kurang mendukung persatuan sosial dan lebih cenderung menimbulkan perpecahan dalam masyarakat.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Polemik Politik

Di tengah dinamika politik, persepsi masyarakat terhadap polemik politik dibentuk oleh berbagai faktor yang tidak hanya berasal dari informasi yang diterima, tetapi juga dari cara individu memahami dan menyikapi isu politik. Sebagai hasilnya, persepsi tidak sekadar terbentuk dari apa yang dilihat atau dibaca, tetapi juga dari konteks situasional dan karakteristik personal yang memengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan suatu polemik.

Faktor situasional mencakup konteks eksternal yang dapat mempengaruhi cara individu menerima dan menafsirkan informasi, seperti lingkungan sosial, interaksi di media sosial,

dan konten yang ditawarkan oleh platform tersebut.¹⁰⁰ Di sisi lain, faktor personal merujuk pada karakteristik individu, termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman hidup, dan nilai-nilai yang dianut, yang dapat memengaruhi cara mereka memahami dan merespons isu-isu politik. Kombinasi antara kedua faktor ini menciptakan dinamika yang kompleks dalam pembentukan persepsi, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat berinteraksi dengan polemik politik yang berkembang di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, terdapat beberapa faktor dominan yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial, yaitu peran algoritma media sosial, keberpihakan konten, serta pengaruh tokoh agama dan lingkungan sosial.

Pertama, algoritma media sosial memiliki dampak luas dalam membentuk persepsi masyarakat. Seluruh informan mengungkapkan bahwa algoritma sering menampilkan konten politik yang sesuai dengan preferensi dan minat mereka, yang menyebabkan mereka terjebak dalam "gelembung" informasi. Dalam konteks ini, mereka cenderung hanya melihat sudut pandang yang sama secara berulang, sehingga menghambat akses terhadap pandangan yang lebih luas dan objektif.

¹⁰⁰ Zuraida, "Persepsi Terhadap Organisasi Ditinjau Dari Minat Berorganisasi Mahasiswa Jurusan Keperawatan Universitas Ratu Samban," hlm. 10.

"Algoritma media sosial menurut saya cukup berpengaruh, soalnya kalau saya sudah sekali buka konten politik, nanti muncul terus konten-konten sejenis. Lama-lama jadi nambah pandangan tentang isu itu, walaupun kadang saya pikir ini bisa bikin pandangan saya kurang seimbang."¹⁰¹

Tidak hanya itu saja, informan lainnya juga mengungkapkan bahwa algoritma cenderung menyajikan konten yang sejalan dengan preferensi atau interaksi sebelumnya, sehingga pengguna lebih sering terpapar pada pandangan politik yang serupa. Kondisi ini membuat sudut pandang pengguna dan membuat mereka terperangkap dalam "ruang gema," yang menyulitkan mereka untuk mendapatkan perspektif baru dan netral.

"Algoritma sangat memengaruhi. Saya perhatikan bahwa semakin sering saya menyukai atau berinteraksi dengan konten tertentu, semakin banyak konten serupa yang muncul. Ini membuat saya lebih sering terpapar pada satu jenis pandangan politik, dan kadang sulit untuk mendapatkan perspektif yang berbeda. Hal ini memang bisa memengaruhi cara pandang saya, tapi saya berusaha mencari keseimbangan dengan mengikuti akun-akun dari berbagai sudut pandang."¹⁰²

Kedua, keberpihakan atau bias konten politik di media sosial juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi. Sebagaimana dirasakan oleh beberapa informan yang memberikan data bahwa konten politik yang beredar cenderung

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan informan 9 pada tanggal 27 Agustus 2024.

¹⁰² Hasil wawancara dengan informan 4 pada tanggal 28 Agustus 2024.

tidak netral, dengan dominasi pandangan yang mendukung posisi politik tertentu. Hal ini memperpecah pandangan politik di masyarakat, mengakibatkan individu kesulitan dalam menemukan informasi yang objektif dan seimbang.

*"Saya merasa kebanyakan konten politik di media sosial tidak netral. Banyak yang punya keberpihakan tertentu, entah itu kepada partai atau tokoh politik tertentu. Bahkan konten yang seharusnya informatif seringkali sudah dimodifikasi untuk mendukung agenda politik tertentu, jadi susah menemukan konten yang benar-benar objektif."*¹⁰³

*"Saya rasa banyak konten politik yang tidak netral. Kadang ada yang sengaja memihak atau mendukung pihak tertentu, dan ini bisa memengaruhi cara pandang masyarakat. Hal ini terasa, terutama ketika melihat komentar dan unggahan yang selalu mendukung satu sisi saja."*¹⁰⁴

Selain itu, komentar dan opini dari pengguna lain juga berperan penting. Sebagaimana dirasakan informan merasa perlu menyesuaikan pandangannya untuk menghindari konflik di media sosial, mengingat diskusi politik sering menimbulkan perdebatan yang tajam di antara pengguna. Faktor ini menunjukkan bagaimana tekanan sosial dapat mempengaruhi individu untuk menyesuaikan atau bahkan mengubah pandangannya agar sejalan dengan opini mayoritas.

"Komentar pengguna lain cukup berpengaruh. Kadang, saya merasa harus menyesuaikan pandangan agar tidak

¹⁰³ Hasil wawancara dengan informan 1 pada tanggal 9 September 2024.

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan informan 7 pada tanggal 1 September 2024.

menimbulkan konflik di media sosial. Selain itu, tokoh publik yang saya ikuti juga sedikit memengaruhi pandangan saya, terutama jika mereka memberi sudut pandang yang berbeda dari opini umum.”¹⁰⁵

Ketiga, pengaruh tokoh agama dan lingkungan sosial juga berkontribusi secara signifikan. Para informan menyatakan bahwa tokoh-tokoh agama, seperti Ustaz Abdul Somad dan Ustaz Felix Siauw, dan Ustaz Adi Hidayat memainkan peran dalam memperkuat perspektif politik yang berlandaskan agama. Meskipun tokoh-tokoh ini tidak selalu membahas politik secara langsung, pandangan mereka mengenai etika, keadilan, dan toleransi memberikan kerangka berpikir bagi para pengikut untuk menilai polemik politik secara lebih reflektif. Misalnya, meskipun tidak menekankan pada partai politik tertentu, mereka sering mengaitkan nilai-nilai agama dengan isu-isu sosial yang memengaruhi persepsi masyarakat.

“Saya mengikuti beberapa dari mereka, terutama Ustaz Felix Siauw dan Ustaz Abdul Somad. Saya lihat kadang mereka menyampaikan pandangan yang berkaitan dengan politik, meskipun tidak selalu secara langsung terlibat dalam polemik. Pengaruh mereka cukup besar terhadap cara saya melihat isu politik, karena sering kali mereka membahas topik dari sudut pandang agama yang menarik dan memberikan perspektif yang berbeda.”¹⁰⁶

“Saya mengikuti Ustaz Adi Hidayat. Saya suka karena beliau sering memberikan penjelasan yang cukup netral, dan biasanya tidak langsung ke arah politik. Namun,

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan informan 5 pada tanggal 26 Agustus 2024.

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan informan 1 pada tanggal 9 September 2024.

kadang saya tetap merasa ada pengaruh dari cara beliau mengulas isu-isu sosial, seperti pentingnya etika dalam berinteraksi, toleransi antarumat beragama, dan peran agama dalam menjaga keharmonisan sosial. Meskipun ulasannya tidak langsung mengarah ke politik, namun pandangannya dalam membahas isu sosial ini secara tidak langsung dapat memengaruhi cara pandang saya terhadap situasi politik atau sosial di masyarakat.”¹⁰⁷

Di samping itu, interaksi dengan keluarga dan teman-teman turut membentuk pandangan mereka terhadap isu-isu politik. Diskusi di antara mereka sering menjadi sumber tambahan yang mempengaruhi cara pandang mereka terhadap polemik yang berkembang di media sosial. Sebagaimana dipaparkan oleh kedua informan di berikut, bahwa informasi dari teman sejawat dan lingkungan sekitar sangat berpengaruh dalam membentuk pandangan mereka, terutama saat isu politik sedang hangat diperbincangkan.

”Ya, keluarga dan lingkungan sekolah cukup memengaruhi cara pandang saya. Kami sering membicarakan isu-isu terkini, dan dari diskusi itu saya bisa belajar melihat dari sudut pandang yang berbeda. Di lingkungan sekolah, ada juga yang pro dan kontra, jadi saya bisa mendapatkan gambaran yang seimbang.”¹⁰⁸

”Tentu, pengalaman dan lingkungan sangat mempengaruhi. Keluarga saya sering mendiskusikan isu politik, sehingga saya tumbuh dengan kesadaran politik. Teman-teman juga sering berbagi pendapat di grup, yang

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan informan 5 pada tanggal 26 Agustus 2024.

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan informan 7 pada tanggal 1 September 2024.

membuat saya lebih terbuka terhadap berbagai perspektif."¹⁰⁹

Terakhir, media tradisional seperti televisi dan surat kabar tetap dianggap relevan oleh informan, karena dianggap lebih kredibel dan terstruktur. Meskipun media sosial menawarkan informasi yang cepat, informan merasa perlu membandingkan informasi tersebut dengan media tradisional untuk memperoleh perspektif yang lebih seimbang.

*"Media tradisional masih saya jadikan sumber informasi, terutama berita dari koran dan TV yang saya rasa lebih terstruktur dan netral. Dengan media tradisional, saya merasa lebih aman karena informasinya biasanya sudah diverifikasi."*¹¹⁰

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung mencari keseimbangan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, baik digital maupun konvensional. Dalam konteks era informasi yang didominasi oleh media sosial, pengguna semakin sadar akan adanya bias dan keberpihakan dalam konten yang mereka konsumsi. Mereka tidak hanya mengandalkan satu sumber informasi, tetapi secara aktif mengeksplorasi perspektif yang berbeda untuk membentuk pandangan yang lebih holistik.

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan informan 10 pada tanggal 30 Agustus 2024.

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan informan 7 pada tanggal 1 September 2024.

B. Analisis Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini, perspektif masyarakat terhadap polemik politik di media sosial tidak hanya muncul sebagai penerimaan informasi secara pasif, tetapi juga mencerminkan kompleksitas proses persepsi yang berlangsung, dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Mengacu kepada teori persepsi, respons masyarakat ini dapat dianalisis melalui tahapan rangsangan, penerimaan, dan interpretasi, yang dibentuk oleh faktor personal dan situasional. Faktor-faktor ini menentukan bagaimana masyarakat memaknai informasi politik di media sosial, baik dalam bentuk persepsi positif maupun negatif.

Pada tahap rangsangan atau stimulus, media sosial menyediakan arus informasi politik yang cepat dan bervariasi, berfungsi sebagai stimulus awal yang memicu perhatian pengguna. Informasi ini sering kali bersifat emosional atau kontroversial, yang mengarahkan masyarakat pada eksposur berulang terhadap konten politik dan mendorong mereka untuk merespons secara emosional maupun kognitif. Dalam konteks faktor personal, pengguna yang memiliki pengalaman hidup atau latar belakang politik tertentu mungkin lebih cenderung mempersepsikan informasi ini dengan cara tertentu yang selaras dengan kepercayaan atau nilai-nilai mereka. Misalnya, seorang pengguna yang memiliki sistem nilai konservatif mungkin lebih cenderung menilai konten yang *progresif* atau *liberal* secara negatif. Kepercayaan dan sistem nilai ini, yang terbentuk dari pengalaman hidup atau latar belakang budaya, berfungsi sebagai filter kognitif yang membuat individu lebih selektif dalam menerima

informasi yang sejalan dengan pandangan mereka. Pengalaman dan nilai-nilai ini membentuk persepsi internal, yang tidak hanya memengaruhi bagaimana informasi diserap, tetapi juga menentukan intensitas respons emosional terhadap konten yang memicu konflik atau perdebatan.

Selain itu, faktor personal yang mencakup motivasi dan kondisi emosional juga memainkan peran penting dalam proses persepsi. Seorang pengguna yang termotivasi untuk meningkatkan pemahaman politik mungkin lebih terbuka terhadap berbagai sudut pandang, bahkan jika konten tersebut berlawanan dengan kepercayaan pribadi mereka. Sebaliknya, seseorang dengan kondisi emosional yang labil atau mudah tersinggung mungkin lebih rentan terprovokasi oleh konten kontroversial, sehingga lebih mudah mempersepsikan konten politik secara negatif.

Motivasi juga dapat mendorong pengguna untuk mengonsumsi konten yang sifatnya edukatif, atau justru sebaliknya, konten yang memicu respons emosional untuk memenuhi kebutuhan hiburan atau pelarian dari kenyataan. Faktor-faktor seperti kepribadian dan stabilitas emosional ini, sebagai bagian dari persepsi internal, mengarahkan pengguna dalam memaknai stimulus politik di media sosial dengan cara yang unik dan bervariasi.

Di samping faktor personal, faktor situasional juga turut berperan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial. Faktor situasional ini merujuk pada aspek eksternal, seperti lingkungan sosial atau kondisi konteks tempat individu tersebut berada ketika menerima informasi. Misalnya, jika

seseorang berada dalam lingkungan keluarga atau komunitas yang memiliki pandangan politik yang kuat dan cenderung homogen, mereka mungkin lebih terpengaruh untuk mengadopsi pandangan yang sejalan dengan kelompok tersebut.

Dukungan sosial dari keluarga, teman, atau komunitas online dapat memperkuat atau melemahkan persepsi yang terbentuk, terutama jika ada tekanan untuk menyesuaikan diri dengan pandangan yang dominan. Dalam hal ini, faktor situasional membentuk persepsi eksternal yang didorong oleh keinginan untuk memperoleh dukungan sosial, atau untuk menghindari konflik dengan kelompok yang dekat secara emosional.

Selain lingkungan sosial, Pengaruh figur publik, khususnya tokoh agama seperti Ustaz Adi Hidayat dan Ustaz Abdul Somad, menjadi faktor situasional yang signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap konten politik di media sosial. Menurut teori komunikasi politik, unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, media, audiens, dan efek, saling terkait dalam menyampaikan dan membentuk persepsi publik atas isu-isu yang diangkat di ruang digital.

Sebagai komunikator, para tokoh agama ini tidak hanya menyampaikan pandangan politis tetapi juga menekankan pentingnya persatuan dan kesantunan dalam berdiskusi, yang menjadi bagian dari etika komunikasi politik.¹¹¹ Pandangan ini

¹¹¹ Roni Tabroni, "Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 no. 2 (Agustus, 2012), hlm. 106, <https://doi.org/10.31315/jik.v10i2.122>.

membentuk pesan bermuatan moral yang relevan bagi masyarakat, terutama bagi audiens yang menghormati mereka, karena pesan tersebut mengarahkan pada toleransi dan keterbukaan dalam menghadapi perbedaan pandangan politik. Media sosial, sebagai saluran utama komunikasi mereka, mempercepat penyebaran pesan ini, meskipun media ini juga membawa risiko polarisasi dan konflik jika tidak disikapi dengan bijak.

Efek dari komunikasi politik yang etis ini menciptakan persepsi positif di masyarakat terhadap pentingnya menjaga harmoni dalam diskusi politik, bahkan dalam situasi yang kontroversial. Pesan yang disampaikan dengan cara yang santun dan mendukung persatuan memiliki dampak besar dalam mempengaruhi masyarakat untuk lebih terbuka dan menghindari tindakan provokatif.¹¹² Audiens yang terpengaruh oleh tokoh agama cenderung lebih kritis namun tetap bijaksana dalam berkomunikasi mengenai isu politik di media sosial.

Dengan menyebarkan nilai-nilai yang mendukung kohesi sosial, para tokoh agama memainkan peran kunci sebagai stimulus eksternal yang mengarahkan masyarakat pada respons yang lebih etis dan bertanggung jawab dalam menyikapi perbedaan. Peran ini menunjukkan bagaimana komunikasi politik yang mengedepankan etika dapat menjadi alat efektif dalam mempromosikan toleransi dan mengurangi polarisasi di tengah perdebatan politik.

¹¹² Eraskha Paskhalia Christalent Diestoni and Chontina Siahaan, "Pengaruh Kesantunan Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial Terhadap Nation Branding," *Jurnal Minartis* 2 no. 1 (November 30, 2022): hlm. 14, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i3.36>.

Pada tahap penerimaan, masyarakat mulai menafsirkan dan menilai informasi sesuai dengan kerangka kognitif dan pengalaman pribadi mereka.¹¹³ Proses penerimaan ini tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi internal berupa keyakinan dan nilai-nilai pribadi, tetapi juga oleh situasi dan konteks eksternal. Dalam konteks persepsi negatif, beberapa informan menyatakan bahwa diskusi politik di media sosial sering kali berkembang menjadi perdebatan emosional yang penuh konflik. Persepsi negatif ini diperkuat oleh faktor situasional, terutama dalam kondisi di mana informasi yang diterima bersifat provokatif dan diproses dalam lingkungan yang cenderung polarisasi. Algoritma media sosial, yang mendukung *bubble filter* atau lingkaran informasi tertutup, mempersempit sudut pandang pengguna sehingga mereka cenderung lebih rentan terhadap bias informasi. Situasi ini menyebabkan pengguna lebih mudah terjebak dalam pandangan yang ekstrem atau eksklusif terhadap isu-isu politik, yang mengakibatkan polarisasi yang semakin dalam di masyarakat.

Pada tahap interpretasi, faktor personal dan situasional bekerja sama dalam membentuk persepsi positif maupun negatif. Bagi masyarakat dengan persepsi positif, interpretasi terhadap konten politik di media sosial dilakukan dengan menekankan aspek edukatif dan manfaat dari perdebatan politik, yang memperluas wawasan mereka. Dalam kasus ini, kepribadian yang stabil dan sistem nilai

¹¹³ Allison S. Troy et al., "Cognitive Reappraisal and Acceptance: Effects on Emotion, Physiology, and Perceived Cognitive Costs.," *Emotion* 18, no. 1 (February 2018): hlm. 3, <https://doi.org/10.1037/emo0000371>.

yang kuat memungkinkan pengguna untuk melihat perbedaan sebagai peluang untuk belajar, bukan sebagai ancaman. Sebaliknya, bagi masyarakat dengan persepsi negatif, lingkungan yang didominasi oleh konflik, algoritma yang memperkuat bias, serta pengaruh sosial yang menekan mereka untuk mengikuti pandangan tertentu membuat interpretasi mereka lebih cenderung bersifat destruktif. Dalam kasus ini, faktor situasional menguatkan persepsi negatif yang terbangun oleh kondisi emosional dan pandangan politik yang sudah terbentuk sebelumnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi antara faktor personal dan situasional memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial. Faktor personal seperti pengalaman hidup, sistem nilai, dan kondisi emosional pengguna memengaruhi bagaimana mereka menyerap informasi, sementara faktor situasional seperti lingkungan sosial dan pengaruh figur publik memperkuat atau melemahkan respons mereka terhadap isu politik. Persepsi yang terbentuk ini pada gilirannya berdampak pada sikap dan perilaku pengguna di media sosial, baik dalam bentuk keterbukaan dan toleransi, maupun polarisasi dan konflik yang semakin dalam. Temuan ini menekankan pentingnya literasi digital dan edukasi politik untuk membantu masyarakat mengelola persepsi mereka secara lebih kritis dan adaptif, sehingga media sosial dapat berfungsi sebagai ruang dialog yang sehat dan inklusif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor personal dan situasional. Proses persepsi ini tidak hanya bersifat pasif, masyarakat aktif memaknai dan menanggapi informasi politik berdasarkan pengalaman hidup, sistem nilai, dan kondisi emosional yang dimiliki masing-masing individu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor personal, seperti kepercayaan dan motivasi, berperan penting dalam menentukan bagaimana masyarakat menyerap dan menginterpretasi konten politik, baik secara positif maupun negatif. Di sisi lain, faktor situasional, termasuk lingkungan sosial dan pengaruh figur publik seperti tokoh agama, turut memperkuat atau melemahkan sikap masyarakat terhadap isu-isu yang dibahas di media sosial.

Lebih jauh, penelitian ini mengungkapkan bahwa pengaruh figur publik dalam menyampaikan pesan yang menekankan nilai persatuan dan kesantunan dapat menciptakan persepsi positif, mengurangi potensi konflik, dan mendorong keterbukaan terhadap perbedaan pandangan politik. Sebaliknya, informasi yang bersifat provokatif dan diproses dalam konteks sosial yang polaritas dapat mengakibatkan persepsi negatif yang mengarah pada konflik yang

lebih dalam. Dengan demikian, bahwa persepsi masyarakat terhadap polemik politik di media sosial dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal, yang berimplikasi pada sikap dan perilaku pengguna dalam berinteraksi di platform digital. Penelitian ini juga menegaskan perlunya literasi digital yang baik untuk membantu masyarakat dalam membangun pemahaman yang lebih kritis dan konstruktif dalam menghadapi dinamika politik di media sosial.

B. Saran

Dalam proses penelitian ini, peneliti menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan dalam menjangkau partisipan yang representatif, sehingga mempengaruhi generalisasi temuan. Selain itu, tantangan dalam mengumpulkan data yang akurat dan objektif, terutama dalam konteks opini yang sangat subjektif dan dipengaruhi oleh bias sosial, menjadi kendala yang signifikan. Kesulitan dalam menghadapi lingkungan politik yang dinamis dan cepat berubah di media sosial juga mempengaruhi relevansi dan aktualitas data yang diperoleh.

Oleh karena itu, Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan supaya peneliti bisa memperluas cakupan dan metodologi yang digunakan, termasuk pengembangan survei yang lebih komprehensif dan penggunaan metode campuran untuk memperoleh data yang lebih mendalam. Selain itu, peneliti diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti dampak algoritma media sosial terhadap pembentukan opini publik, serta

bagaimana dinamika kelompok dapat memengaruhi interaksi dan persepsi individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasir, Nurjana, Khaf Shah, Rusdy Abdullah Sirodj, and M. Win Afgani. "Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif." *Innovative: Journal of Social Science Research* 3, no. 5 (October 21, 2023): 1.
- Ahmadi. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta, 2020.
- Alo, Liliweri. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: PT. Prenadamedia Group, 2015.
- Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Page 169-174.
- Amartha, Muhammad Rizky, and Fahmi Anwar. "Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja." *ARIMA Jurnal Sosial dan Humaniora* 1, no. 2 (December 15, 2023): 264. <https://doi.org/10.62017/arima.v1i2.396>.
- Ananda, Frekha Angela. "Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak Mengenai Infodemi Covid-19 di Youtube." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (Desember 2022): 738.
- Anas, Yusra, and Sagir Muhammad Amin. "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial." In *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0*, 3 no. 1 (June 10, 2024): 398. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiiies50/issue/archive>.
- Andhani, Arifah Kurnia, Rizqina Na'imul Husniah, and Mochamad Ari Saputra. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas

- Komunikasi." *JIMAKUKERTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata* 2, no. 3 (December 30, 2023): 2. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>.
- Andriyendi, Dimas Oktama, et al. "Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada." *Journal of Education Cultural and Politic* 3, no. 1 (February 26, 2023): 110. <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>.
- Annas, Faris Budiman, Hasya Nailan Petranto, and Asep Aji Pramayoga. "Opini Publik dalam Polarisasi Politik di Media Sosial." *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)* 20, no. 2 (2019): 113. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006>.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Aritonang, Adelina M., et al. "Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Interaksi Kelompok Masyarakat." *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5, no. 3 (June 10, 2024): 2872–2873. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i3.1189>.
- Aritonang, Adelina M., et al. "Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Interaksi Kelompok Masyarakat." Page 2873.
- Astuti, Yanti Dwi. "Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media: Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone." *Jurnal Pekommas* 2, no. 1 (Juli 19, 2017): 76. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020108>.
- Aydil, Muhammad, and Al Zuhri. "Political Marketing: Strategi PAN pada Pemilu 2024 dalam Menyukkseskan Agenda Politik Melalui

- Pembuatan Jingle.” *Jurnal Sains Riset* 13, no. 3 (December 2, 2023): 875. <https://doi.org/10.47647/jsr.v13i3.2046>.
- Basalamah, Khalid. “Khalid Basalamah Official.” Accessed March 25, 2024. <https://www.youtube.com/@khalidbasalamah>.
- Budiman, Bachtiar Nur. "Populisme di Indonesia Sebagai Ancaman Polarisasi Masyarakat." *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan* 1, no. 2 (2021): 242. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i2.53>.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Jurnal Publiciana* 9, no. 1 (2016): 142. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. “YouTube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran.” *Al-Hikmah* 13, no. 1 (2019): 37. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.
- Dahlan, Rahmat. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang.” *ZISWAF* 4, no. 1 (Juni 2017): 10. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3028>.
- Diestoni, Eraskha Paskhalia Christalent, dan Chontina Siahaan. 2022. "Pengaruh Kesantunan Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial Terhadap Nation Branding." *Jurnal Minartis* 2, no. 1 (November 30): 14. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i3.36>.
- Dwiyanti, Dilla Agis, dkk. "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Warga Negara: Dampak Positif dan Negatif." *Humanities Research* 1, no. 4 (Juni 2023): 305. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i4.34>.
- Fabriar, Silvia Riskha, Alifa Nur Fitri, and Ahmad Fathoni. “Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital.” *An-Nida: Jurnal*

- Komunikasi Islam 14, no. 1 (July 21, 2022): 2.
<https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 45. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Fauziyah, Annisa. "Peran Media Sosial sebagai Media Informasi di Era Digital." *Kompasiana*, October 28, 2022. Accessed October 10, 2024.
<https://www.kompasiana.com/annisafauziyah1293/635bc0fcd5af0335e055afa2/peran-media-sosial-sebagai-media-informasi-di-era-digital>.
- Fitriani, Yuni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital." *Jurnal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 4 (November 4, 2021): 1012-1013.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>.
- GoodStats. "Bagaimana Kecenderungan Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial." Accessed October 15, 2024.
<https://goodstats.id/article/bagaimana-kecenderungan-masyarakat-indonesia-menggunakan-media-sosial-SPUTW>.
- Hayat, Nahrul, and Nurhakki. "Religion Identity and Political Polarization: How Does Labelling Make it Worst?" *Palita: Journal of Social Religion Research* 7, no. 1 (2022): 60.
<https://doi.org/10.24256/pal.v7i1.2715>.
- Hidayat, Adi. "Adi Hidayat Official." Accessed March 25, 2024.
<https://www.youtube.com/@AdiHidayatOfficial>.

- Hidayat, Nur. Psikologi Persepsi Dan Interaksi Sosial. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Hutabarat, Julius Manahara. "Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini." *Jurnal Pendidikan Agama dan Teologi* 2, no. 1 (Desember 23, 2023): 207. <https://doi.org/10.59581/jpat-widyakarya.v2i1.2318>.
- Ila'hi, Wahyu. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Ja'far al-Hadar, Habib. "Jeda Nulis." Accessed March 25, 2024. <https://www.youtube.com/@jedanulis>.
- Jalaludin, Rakhmat. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Jayanti, Fitri, and Nanda Tika Arista. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura." *Competence: Journal of Management Studies* 12, no. 2 (February 11, 2019): 209. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>.
- Junaidi, Ahmad. "Menuju Ke Arah Pengembangan Ilmu Falak." *Al-Marshad: Jurnal Astronomi Islam dan Ilmu-Ilmu Berkaitan* 3, no. 1 (2017): 3–4. <https://doi.org/10.30596/jam.v3i1.1073>.
- Kaylor, Brian. "Likes, Retweets, and Polarization." *Review & Expositor* 116, no. 2 (May 2019): 189. <https://doi.org/10.1177/0034637319851508>.
- Lee, Francis. "Impact of Social Media on Opinion Polarization in Varying Times." *Communication and the Public* 1, no. 1 (2016): 58. [doi:10.1177/2057047315617763](https://doi.org/10.1177/2057047315617763).

- Lopulalan, Dortje. “Komunikasi Politik Dalam Pemerintahan.” *Hipotesa: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 17, no. 2 (November 13, 2023): 14. <https://e-jurnal.stiaalazka.ac.id/index.php/ojs-hipotesa/article/view/76>.
- Media Indonesia. “Demokrasi dan Manipulasi Informasi.” *Media Indonesia*, August 15, 2019. Accessed October 10, 2024. <https://mediaindonesia.com/opini/237208/demokrasi-dan-manipulasi-informasi>.
- Musyafak, Najahan, Maya Rini Handayani, and Kumarudin. “Implementasi Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 19 Tahun 2014 Dalam Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif (Studi Kasus Pemblokiran terhadap Situs Radikal oleh Kemenkominfo Tahun 2015).” *Islamic Communication Journal* 2, no. 1 (January 12, 2018): 83. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.1.2111>.
- Nasrullah, Rulli. “Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial.” *Jurnal Sosioteknologi* 17, no. 2 (2018): 14. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>.
- Natalia, El Chris. “Remaja, Media Sosial dan Cyberbullying.” *KOMUNIKATIF Jurnal Ilmiah Komunikasi* 5, no. 2 (December 2016): 121. <https://doi.org/10.33508/jk.v5i2.991>.
- Nordbrandt, Maria. “Affective Polarization in the Digital Age: Testing the Direction of the Relationship between Social Media and Users’ Feelings for Out-Group Parties.” *New Media & Society* 25, no. 12 (December 2023): 3395. <https://doi.org/10.1177/14614448211044393>.

- Pattisina, Edna Caroline. "Polarisasi yang di Dorong Sentimen Agama Berpotensi Terulang di Pemilu 2024." Accessed November 17, 2023. <https://kompas.id>.
- Pimay, Awaludin, and Uswatun Niswah. "The Urgency of E-Da'wa in The Digital Age." No. 2 (2021): 161.
- Pradana, Mahatva Yoga Adi. "Relasi Kuasa Politik Tokoh Agama Dalam Hegemoni Pemilukada 2020." *Living Islam: Journal of Islamic Discourses* 3, no. 2 (December 31, 2020): 421. <https://doi.org/10.14421/lijid.v3i2.2418>.
- Pratiwi, Eliska, I Nyoman Sujana, and Iyus Akhmad Haris. "Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Penerapan Program Kerja Bumdes Dwi Amertha Sari Di Desa Jinengdalem." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (June 11, 2019): 21. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20161>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 214. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>.
- Puspasari, Dewi, and Riyan Hadithya. "Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan* 4, no. 2 (October 30, 2023): 240. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>.
- Putra, I Wayan Murjana, and Ni Putu Eka Merliana. "Peran Arsip Digital dalam Mendukung Proses Pembelajaran." *Prosiding Digitalisasi Pendidikan Dasar*, no. 3 (Mei 19, 2021): 144. <https://doi.org/10.33363/sn.v0i3.102>.

- Rahmadhany, Anissa, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah. "Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial." *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (January 31, 2021): 31. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>.
- Rahmawati, Devie. "Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa." *Jurnal Lemhannas RI* 6, no. 1 (2020): 3. <https://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/114>.
- Salama, Nadiatus, and Nobuyuki Chikudate. "Unpacking the Lived Experiences of Corporate Bribery: A Phenomenological Analysis of the Common Sense in the Indonesian Business World." *Social Responsibility Journal* 19, no. 3 (February 28, 2023): 5. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2021-0232>.
- Salama, Nadiatus, Medina Janneta El-Rahman, and Mahfud Sholihin. "Investigation into Obedience in the Face of Unethical Behavior." *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 5, no. 2 (October 31, 2020): 210. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i2.7074>.
- Sampurna, Ahmad, et al. "Karakteristik Pesan Dalam Komunikasi Politik." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 5, no. 1 (June 27, 2024): 148. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.975>.
- Sampurna, Ahmad, et al. "Konsep dan Definisi Komunikasi Politik." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (June 30, 2024): 4. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16555>.
- Siauw, Felix. "Felix Siauw." Accessed March 25, 2024. <https://www.youtube.com/@FelixSiauw1453>.

- Soedhowo, Winona Anindiyasarathi. "Pengaruh Interaktivitas dalam Instagram Stories terhadap Tingkat User Engagement pada Media Sosial Instagram." Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2018.
- Somad, Ustaz Abdul. "Channel Ustaz Abdul Somad Official." Accessed March 25, 2024. <https://www.youtube.com/@Ustazabdulsomadofficial>.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Cetakan ke-1. Alfabeta CV, 2019.
- Sunaryo. Psikologi untuk Keperawatan, edisi 2. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2017.
- Surahman, Ence, Adrie Satrio, and Herminarto Sofyan. "Kajian Teori Dalam Penelitian." JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan 3, no. 1 (February 10, 2020): 56. <https://doi.org/10.17977/um038v3i12019p049>.
- Susanto, Eko Harry. "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik." Jurnal Aspikom 3, no. 3 (September 2017): 379. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>.
- Syahid. "Pengaruh Persepsi Guru terhadap Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi pada MIN 3 Pandeglang." Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara 1, no. 1 (Maret 6, 2020): 57. <https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn/article/view/4826>.
- Syamaun, Syukri. "Pengaruh Budaya Terhadap Sikap dan Perilaku Keberagamaan." At-Taujih: Bimbingan dan Konseling Islam 2, no. 2 (October 13, 2019): 85. <https://doi.org/10.22373/taujih.v2i2.6490>.

- Tabroni, Roni. 2012. "Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (no. 2): 106. <https://doi.org/10.31315/jik.v10i2.122>.
- Tarwati, Kartika, Irawan Danismaya, and Erna Safariyah. "Analisis Bias Kognitif Masyarakat Terhadap Informasi Hoax Tentang Covid-19." *Jurnal Keperawatan Aisyiyah* 9, no. 1 (Juni 3, 2022): 75. <https://doi.org/10.33867/jka.v9i1.323>.
- Tazri, Muhammad. "Cebong Dan Kampret Dalam Pespektif Komunikasi Politik Indonesia." *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (Juni 1, 2019): 7. <https://doi.org/10.24853/pk.3.1.1-7>.
- Thifalia, Naurah, and Santi Susanti. "Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film." *Jurnal Common* 5, no. 1 (July 5, 2021): 40. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>.
- Troy, Allison S., Shira E. A. K. B. Schwartz, and James J. Gross. 2018. "Cognitive Reappraisal and Acceptance: Effects on Emotion, Physiology, and Perceived Cognitive Costs." *Emotion* 18, no. 1 (February): 3. <https://doi.org/10.1037/emo0000371>.
- UIN Sunan Gunung Djati Bandung. "Yuk Bangun Budaya Komunikasi yang Mempersatukan." Accessed November 17, 2023. <https://uinsgd.ac.id/yuk-bangun-budaya-komunikasi-yang-mempersatukan>.
- Ummah, Athik Hidayatul, Muhammad Khairul Khatoni, and Muhammad Khairurromadhan. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan." *Komunike* 12, no. 2

- (December 24, 2020): 4.
<https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.
- Wahyudi, Very. "Politik Digital di Era Revolusi Industri 4.0 'Marketing & Komunikasi Politik.'" *Politea: Jurnal Politik Islam* 1, no. 2 (April 11, 2019): 164. <https://doi.org/10.20414/politea.v1i2.819>.
- Ward, John Creswell. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Wulandari, Rizki, and Netrawati Netrawati. "Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 5, no. 2 (Desember 4, 2020): 42. <https://doi.org/10.29210/3003653000>.
- Wulandari, Sri Riski, Andi Alimuddin Unde, dan Muliadi Mau. "Masyarakat Era Digital Dalam Perspektif Studi Risiko Dan Peluang Algoritma Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (Maret 5, 2021): 41. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v8i1.1954>.
- Yasar, Muhammad Miftah Babil, et al. "Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024." *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4, no. 5 (July 1, 2024): 985. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.956>.
- Yulianto, Hermawan. "Fenomena Buzzer dan Perang Siber Jelang Pemilu 2024: Perspektif Netizen Indonesia." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2023): 5. <https://doi.org/10.59000/jim.v2i1.107>.
- Zuraida. "Persepsi Terhadap Organisasi Ditinjau dari Minat Berorganisasi Mahasiswa Jurusan Keperawatan Universitas Ratu Samban."

Jurnal Ilmiah Psyche 17, no. 1 (Januari 07, 2023): 10.
<https://doi.org/10.33557/jpsyche.v17i1.2513>.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara

Instruksi Pedoman Wawancara

Nama :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

1. Bagaimana Anda memahami dan mengetahui perkembangan "polemik politik" yang sering muncul di media sosial saat ini?
2. Menurut Anda, bagaimana media sosial seperti Instagram, Twitter, atau Facebook menyajikan diskusi politik saat ini?
3. Apakah menurut Anda, diskusi politik di media sosial lebih banyak membawa dampak positif atau negatif? Bisa Anda jelaskan alasannya?
4. Bagaimana pandangan Anda tentang keberpihakan atau netralitas konten politik di media sosial?
5. Apakah Anda pernah merasa terpengaruh secara langsung oleh diskusi politik di media sosial? Jika ya, bagaimana pengaruhnya terhadap pandangan politik Anda?
6. Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda dalam membentuk pandangan tentang polemik politik yang terjadi di media sosial? (misalnya, berita, komentar pengguna lain, algoritma media sosial, atau tokoh publik)
7. Dari kelima tokoh ini (Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, Ustaz Felix Siauw, Habib Ja'far al-Hadar dan Ustaz Khalid

Basalamah) apakah Anda mengikuti salah satunya di media sosial? Apakah ada keterlibatan mereka di antara isu-isu politik yang berkembang saat ini? Serta seberapa besar pengaruh mereka terhadap cara Anda melihat polemik politik yang terjadi?

8. Bagaimana peran algoritma atau arus media sosial (misalnya, konten yang disarankan) dalam menentukan informasi politik yang Anda lihat? Apakah Anda merasa ini memengaruhi persepsi Anda?
9. Apakah sumber informasi politik dari media tradisional (TV, koran) masih berpengaruh terhadap pandangan politik Anda dibandingkan dengan media sosial? Mengapa?
10. Apakah pengalaman pribadi atau latar belakang sosial Anda (seperti keluarga, teman, atau lingkungan kerja) juga berpengaruh terhadap cara Anda melihat polemik politik di media sosial?
11. Apakah polemik politik di media sosial mempengaruhi kehidupan sosial Anda, misalnya hubungan dengan teman atau keluarga?
12. Apakah menurut Anda media sosial lebih mempererat atau memperlemah persatuan masyarakat terkait polemik politik?
13. Menurut Anda, apa yang bisa dilakukan untuk memperbaiki kualitas diskusi politik di media sosial agar lebih sehat dan konstruktif?

Lampiran 2 Lembar Persetujuan Menjadi Informan

Informan 1

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 9 September 2024

Tertanda



R.J.

Informan 2

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo 1 September 2024

Tertanda .



(..... ES)

Informan 3

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surat ta 7 September 2024

Tertanda



(.....)

Informan 4

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

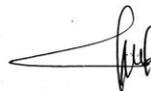
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Agustus, 2024

Tertanda



(.....
AOS.....)

Informan 5

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo 26 Agustus 2024

Tertanda .



(..... AFM)

Informan 6

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 31 Agustus 2024

Tertanda



Y.W.P.

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 1 September 2024

Tertanda



A.Y.

Informan 8

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

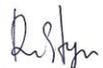
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 7 Sept 2024

Tertanda



(..... R.S.)

Informan 9

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 27 Agustus 2024

Tertanda



(.....
P. H.
.....)

Informan 10

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara **Deryl Ardica** dengan judul **Persepsi Masyarakat terhadap Polemik Politik di Sosial Media**

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 Agustus 2024

Tertanda



S.W.T

(.....)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Deryl Ardica
2. Tempat & Tgl. Lahir : Semarang, 23 Februari 1999
3. Alamat Rumah : Banjardowo RT4 RW2 No.8
Kec. Genuk Kota Semarang 50117
- Hp : 089509359209
- E-mail : deryldica99@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. Tahun 2005-2011 : SDI Darul Hasanah Semarang
2. Tahun 2011-2014 : MTS Nahdlatusy Syubban Sayung
Demak
3. Tahun 2014-2017 : SMAN 10 Semarang
4. Tahun 2017-2021 : UIN Walisongo Semarang, Jurusan
Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan
Komunikasi,

C. Prestasi Akademik

1. Lulusan Terbaik Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas
Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang Wisuda ke-83 tahun 2022.

2. The Best Indonesia Paper in The Internasional Conference on Contemporary Da'wah and Islamic Communication (ICON CODAM) in Bandung July 24th 2024.

D. Karya Ilmiah

1. Strategi Penyuluhan Agama Gus Amirudin Yahya, A.H., Dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Pondok Pesantren Roudlotut Tamyiz Kota Semarang (2021).
2. Etika Komunikasi Digital Islam: Tantangan dan Solusi Fenomena Hijabster (2024).

Semarang, 16 September 2024

Deryl Ardica
NIM: 2201028009