

PERAN RETORIKA DALAM MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIH MUDA PADA PEMILIHAN UMUM

Furqan Furqan¹, Muhammad Syarif,² Hasrat Efendi Samosir³, Katimin⁴

Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh, Indonesia, UIN Sumatera Utara^{3,4}

furqanabang@gmail.com¹, muhammad.syarif@serambimekkah.ac.id²,
hasratefendisamosir@gmail.com³, katimin@uinsu.ac.id⁴

Abstract

The strong role of social media in the world of politics is gaining attention which helps the younger generation to be politically literate, and increasing the participation of first-time voters is inevitable, so the role of rhetoric in social media and its influence on young voters in general elections is very important. This research uses descriptive qualitative methods, data collection is carried out by literature study, secondary data refers to data that has been collected and analyzed by other people. The research results show that the role of political campaigns on social media has a positive and significant effect on young voter behavior. The role of good political campaigns on social media can increase the behavior of young voters, the role of political campaigns on social media simultaneously (together) has a positive and significant influence on the behavior of young voters, and of course social media will play a very important role in influencing children's voting behavior. young. New voters will be interested in politics while relaxing, although there is the influence of social media through schools and families, but it does not have a significant effect because they are a generation that is familiar with media use.

Keywords: *Rhetoric, Social Media, Young Voters, General Election*

Abstrak

Kuatnya peran media sosial dalam dunia politik mendapatkan perhatian yang membantu generasi muda untuk melek politik, dan meningkatkan partisipasi pemilih pemula tidak dapat dihindari, jadi peran retorika dalam media sosial dan pengaruhnya terhadap pemilih muda pada pemilihan umum menjadi suatu hal yang sangat penting. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan, data sekunder dengan merujuk pada data yang telah dikumpulkan dan dianalisis oleh orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kampanye politik di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih muda. Peran kampanye politik di media sosial yang baik dapat meningkatkan perilaku pemilih muda, peran kampanye politik di media sosial secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih muda, dan tentunya media sosial akan sangat berperan dalam memberikan pengaruh terhadap perilaku pemilih anak muda. Pemilih pemula akan tertarik dengan politik sambil bersantai, walaupun terdapat pengaruh media sosial melalui sekolah dan keluarga namun tidak berpengaruh signifikan karena mereka merupakan generasi yang akrab dengan penggunaan media.

Kata Kunci: *Retorika, Media Sosial, Pemilih Muda, Pemilihan Umum*

A. Pendahuluan

Hampir semua kelompok manusia, saat ini telah menggunakan media sosial. Sejak kemunculannya, media sosial dapat mempermudah proses komunikasi dan bertukar informasi di seluruh dunia. Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual yang merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia termasuk dalam bidang politik.¹

Peran media sosial dalam pemilihan umum sangat penting karena telah menjadi platform yang berpengaruh secara signifikan dalam konteks politik dan pemilihan umum terutama di era modern saat ini, baik sebagai media kampanye, informasi, partisipasi maupun media pemantau. Selain itu, media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan sikap pemilih terhadap calon dalam pemilihan umum.

Media sosial juga menjadi salah satu cara bagi para politikus menarik perhatian anak muda atau pemilih pemula. Politikus dapat memperkenalkan ide gagasan dan inovasi dengan menggunakan media sosial sebagai medium kampanye dalam memenangkan kandidat yang diusung baik legislatif maupun eksekutif. Kuatnya peran media sosial dalam dunia politik mendapatkan perhatian yang membantu generasi muda untuk melek politik, dan meningkatkan partisipasi pemilih pemula tidak dapat dihindari.²

Melalui media umum, substansi pesan-pesan politik akan lebih cepat serta praktis dicerna oleh khalayak, sebab setiap ketika khalayak bisa mengakses isu tanpa halangan serta batas geografis, bahkan luput dari pantauan pengawas pemilu atau tidak terjangkau sang regulasi yg terdapat. Tentunya, kemajuan komunikasi menarik melihat kelompok pemilih muda yang tergolong generasi milenial dan sebagai pengguna aktif media sosial terpengaruh dalam menentukan keputusan pemilih.

Sehingga perlu melihat bagaimana peran kampanye politik di media sosial terhadap sikap pemilih muda serta bagaimana media sosial menjadi media komunikasi baru untuk kampanye kegiatan politik bisa mempengaruhi sikap pemilih muda. Tujuan penelitian ini

¹ Belli Nasution, *Komunikasi Politik*, Disajikan pada Semester Genap pada Fakultas Ilmu sosial dan Politik Tahun 2012

² Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Tulungagung, 2016.

buat menganalisis peran retorika bagi penggunaan media sosial sebagai media kampanye politik dalam mempengaruhi perilaku pemilih muda pada pemilihan umum

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif disebut pula metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Pendekatan deskriptif adalah suatu penelitian yang didasarkan pada data yang ada atau penyelidikan yang bertujuan pada pemecahan masalah. Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskripsi adalah penelitian yang menggambarkan data kualitatif sebagaimana adanya, dan kemudian data tersebut dianalisis makna dibalik fakta yang tampak.³

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan. Selanjutnya hasil pengumpulan data dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan temuan hasil kajian perpustakaan dan mengaitkannya dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.⁴

C. Hasil dan Pembahasan

Kemampuan dalam berbicara merupakan kemampuan komunikasi yang sangat mendasar dimiliki manusia. Sejak lahir manusia sudah berkomunikasi dengan cara menangis saat bayi, kemampuan berkomunikasi semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Sebagian besar komunikasi yang dilakukan berupa komunikasi lisan, salah satunya dengan retorika. Retorika berasal dari bahasa Inggris "*rhethoric*" dan bersumber dari bahasa latin "*rhethorica*" yang berarti ilmu berbicara. Retorika sebagai ilmu memiliki sifat yang rasional, empiris, umum dan akumulatif. Rasional artinya apa yang disampaikan oleh seorang pembicara harus tersusun secara sistematis dan logis.⁵

Empiris berarti menyajikan fakta yang dapat diverifikasi oleh panca indera. Umum artinya pesan yang disampaikan tidak bersifat rahasia dan tidak dirahasiakan karena memiliki nilai sosial. Sedangkan akumulatif merupakan ilmu yang mengatakan retorika sebagai publik speaking atau berbicara didepan umum. Pengertian retorika juga dapat diartikan secara sempit dan secara luas. Secara sempit retorika hanya meliputi seni berbicara, sedangkan secara luas retorika mengenai penggunaan bahasa, baik secara lisan maupun

³ Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik*, Bandung: Tarsito Winarno, 2002

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methodes)*, Bandung: Alfabeta, 2014.

⁵ Aristoteles, *Retorika*, Yogyakarta: Basabasi, 2018

tulisan. Pengertian yang umum yang banyak diketahui oleh masyarakat adalah pengertian retorika secara sempit, dimana retoriks hanya meliputi seni berbicara.⁶

Retorika dapat didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia yang ada setiap keadaan yang dihadapi. Fungsi tersebut hanya dimiliki oleh seni retorika. Seni lain mengajarkan atau memaparkan sesuatu sesuai subjek bahasanya, misalnya, ilmu kedokteran mengajarkan tentang sehat dan tidak sehat, aritmatik tentang angka-angka. Sedangkan retorika dipandang sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi hampir semua subjek yang dihadapi, karenanya dikatakan bahwa berdasarkan teknisnya, retorika tidak terkait pada golongan subjek ilmu tertentu.

Aristoteles dengan tegas mengatakan bahwa retorika itu adalah ilmu tersendiri yang memiliki kedudukan yang sejajar dengan ilmu lain. Sebagai sebuah ilmu, retorika pun menampilkan kebenaran dengan menata tutur secara efektif dan etis, bukan bombastis dan kosong tanpa isi. Selanjutnya Aristoteles menegaskan bahwa, retorika tidak boleh dimasukkan ke dalam jenis ilmu yang lain, atau dianggap sebagai bagian dari ilmu lain, justru ilmu lain itulah yang memanfaatkan retorika, terutama ketika ilmu lain itu mendeskripsikan hasil-hasil temuannya.⁷

Retorika sering digunakan pembicara atau komunikator dalam komunikasi publik untuk menyampaikan pesan dan membujuk (mempersuasi) khalayaknya. Keberhasilan retorika dapat tercapai jika pembicaranya memperhatikan tiga hal penting, yakni *ethos* (etika atau kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika atau fakta). Ajaran retorika Aristoteles tetap dipertahankan sampai masa keruntuhan kerajaan Yunani dan Romawi. Ahli-ahli retorika sampai awal abad ke-20 telah mampu menempatkan ajaran retorika Aristoteles sebagai tradisi studi retorika, dan inilah akhirnya dikenal sebagai retorika tradisional.

Perubahan pandangan tentang retorika mulai muncul pada pertengahan abad ke-20. Jika Aristoteles memandang retorika sebagai kemampuan menyusun dan menampilkan tutur untuk mempersuasi pihak lain, maka perintis retorika “baru” tidak menyepakati persuasi sebagai tujuan akhir. Persuasi bagi mereka dipandang hanya sebagai akibat logis dari setiap tutur yang tertata dengan baik. Sebab diyakini bahwa retorika itu memiliki tujuan yang lebih jauh daripada hanya sekadar mempersuasi. Persuasi itu hanya penting bagi

⁶ Dori Wuwur H. *Retorika*, Yogyakarta: Kanisius, 1990

⁷ “_____ *Retorika*, Yogyakarta: Basabasi, 2018.

masyarakat yang masih terbelakang tingkat kecerdasannya, seperti halnya keadaan kehidupan masyarakat pada masa lalu. Persuasi bagi masyarakat modern yang tingkat kecerdasannya sudah demikian tinggi, tidak begitu berarti. Jadi masyarakat modern tidak mudah dipersuasi.⁸

Adapun hal yang penting bagi retorika baru adalah membina kerjasama, saling pengertian, dan keadaan damai di dunia lewat kegiatan bertutur. Dengan membina kerjasama dan saling pengertian, maka kesalahpahaman dan berbagai bentuk miskonsepsi yang diakibatkan kegiatan bertutur harus dikurangi bahkan dihilangkan sama sekali. Dalam Buku Retorika: Seni Berbicara karya Suhandang, retorika diartikan sebagai bentuk komunikasi dimana seseorang menyampaikan buah pikirannya baik lisan maupun tulisan kepada hadirin yang relatif banyak dengan berbagai gaya seperti bagaimana cara berbicara atau cara bertutur, dan jika selalu dalam situasi tatap muka (face to face) baik langsung maupun tidak langsung. Sedangkan menurut Rahmat, retorika adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang telah dikehendakinya pada diri khalayak. Retorika bisa diartikan sebagai pemekaran bakat tertinggi manusia, yakni suatu rasio dan cita rasa lewat bahasa sebuah kemampuan untuk berkomunikasi dalam tataran pikiran. Jean Stilwell Peccei yang merupakan Kepala Bahasa Inggris di Sixth Form College Strode, yaitu:

a. Bahasa sebagai alat kontrol pikiran⁹

Membahas mengenai teori determinisme linguistic yang artinya bahasa itu dapat memberikan kerangka kerja bagi pikiran. Jika melihatnya dalam konteks politik dan ideologi, maka bahasa digunakan untuk menghasilkan ideologi yang bisa mengarahkan cara orang berpikir.

b. Implikasi implikasi

Salah satu tujuan politisi adalah harus untuk meyakinkan audiensi mereka validitas klaim dasar mereka. Pada bagian ini, ada dua cara yang dapat dicapai dalam wacana politik yaitu presuppositon dan implikatur. Ini merupakan alat untuk dapat mengarahkan pendengar untuk membuat asumsi bahwa apa yang disampaikan oleh politisi bahwa benar adanya walaupun pada kenyataannya itu tidak ada sama sekali.

⁸ Situmorang, M., Silviani, I., & Ginting, E. A. (2023) *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 7(2), 134-145.

⁹ Kustadi Suhandang Retrorika: *Strategi Teknik dan Taktik Pidato*, 2009.

c. Perkiraan

Prasangka adalah asumsi latar belakang yang tertanam dalam suatu kalimat atau frasa. Asumsi ini dianggap benar adanya terlepas dari apakah seluruh kalimat itu benar.

d. Implikatur

Seperti prasangka, implikatur mengarahkan pendengar untuk menyimpulkan sesuatu yang sebelumnya tidak secara eksplisit ditegaskan oleh pembicara. Namun tidak seperti prasangka, implikatur beroperasi lebih dari satu frase atau kalimat dan jauh lebih banyak dan ia tergantung pada pengetahuan bersama antara pembicara dan pendengar dan pada konteks sekitar wacana. Di sini Oliver Letwin, seorang anggota parlemen Konservatif, menjawab pertanyaan David Blunkett, Sekretaris Rumah Buruh tentang rencana pemerintah untuk melembagakan sistem kartu identitas nasional.¹⁰

e. Bahasa persuasif (kekuatan dari retorika)

Retorika adalah keterampilan berbicara yang elegan dan persuasif yang dicetuskan oleh orang Yunani kuno. Dalam kamus Bahasa Inggris *Oxford* mendefinisikan retorika adalah sebagai sebuah seni yang menggunakan bahasa untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain dan sebagai sebuah aturan berbahasa yang dapat diamati oleh pembicara ataupun penulis agar ia dapat mengekspresikan dirinya secara elegan. Meskipun politisi saat ini tidak banyak yang mengikuti aturan asli Yunani dalam bentuknya yang asli, walupun memang mereka sering mengadopsinya.

f. Metafora

Pada dasarnya, metafora adalah cara membandingkan dua konsep yang berbeda. Perbedaan sering dibuat antara metafora dan perumpamaan dalam suatu metafora dan sesuatu yang lain. Misalnya: pikiran hanyalah tanah tandus, contoh ini ingin menegaskan bahwa ada sesuatu yang mirip dengan sesuatu yang lain, misalnya: pikiran seperti tanah tandus.

g. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komuniksai ini dapat mengikat semua warganya dengan sangsi yang ditentukan bersama melalui lembaga politik. Rush dan Althoff mendefinisikan bahwa komunikasi politik sebagai proses ketika informasi politik

¹⁰ Medialog: *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume III, No. I, Februari 2020.

yang relevan ditentukan dari suatu bagian sistem politik ke bagian lainnya, dan diantara sistem sosial dengan sistem politik.¹¹

Berikut ini merupakan beberapa pengertian komunikasi politik menurut para ahli, sebagai berikut;

Nimmo mendefinisikan komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi yang berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Roelofs mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang materi pesan-pesan berisi politik yang mencakup masalah kekuasaan dan penempatan pada lembaga-lembaga kekuasaan (lembaga otoritatif). Cangara menyebutkan komunikasi politik adalah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.¹²

Pengertian komunikasi politik dirumuskan sebagai suatu proses pemindahan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok pada orang lain dengan tujuan membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Selanjutnya Graber mengatakan bahwa sebahagian besar aktivitas politik adalah permainan kata-kata. Seseorang berhasil meraih kekuasaan karena keberhasilannya berbicara secara persuasif kepada para pemilih dan kepada elit politik. Juga bergantung kepada efektifitas komunikasi dalam menjalankan aktivitas keseharian. Ketika menjelaskan bahasa politik (bahasa yang digunakan dalam konteks politik) dan apa yang membuat bahasa verbal maupun nonverbal menjadi politis bukanlah karena bentuk atau kosa kata, melainkan karena substansi informasi yang dihadirkan, setting di mana informasi disebarkan maupun karena fungsi yang dijalankan. Menurut Meriam Budardjo Ilmu politik adalah ilmu yang mempelajari perpolitikan. Politik diartikan sebagai usaha-usaha mencapai kehidupan yang baik. Politik dapat dipahami dalam perspektif Negara, kekuasaan kebijakan umum, dan pengamabilan keputusan serta alokasi atau distribusi. Pada prspektif negara menurut Rogers F. Soltau Ilmu politik mempelajari negara, tujuan negara dan lembaga-lembaga yang akan melaksanakan tujuan itu, hubungan antara negara dengan warga negaranya serta dengan dengan negara-negara lain.¹³

¹¹ <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-66531834>.

¹² Meriam Budiarjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka utama, 2008.

¹³ Marta, I. N. "Retorika dan Penggunaanya dalam Berbagai Bidang", Prasi: Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajaranya 6, no. 12 (2010) diakses pada 28 Januari 2020

h. Media dan Politik

Terdapat berbagai teori komunikasi yang dapat dijadikan acuan untuk melihat keperkasaan media dan kelemahan-kelemahannya mempersuasi masyarakat dalam hubungannya dengan aktivitas politik diantaranya adalah:

a. Teori Jarum Suntik

Teori ini diangkat setelah melihat keberhasilan medium radio dan media cetak sebagai alat propaganda dalam perang dunia I, serta keberhasilan drama radio Orson Welles yang megisahkan turunya makhluk mars ke atas bumi yang didramatisir sehingga membuat penduduk di sejumlah kota Amerika Serikat jadi gempar. Teori jarum suntik berpendapat bahwa khalayak samasekali tidak memiliki kekuatan untuk menolak informasi setelah ditembakkan melalui media komunikasi. Khalayak terlena seperti kemasukan obat bius melalui jarum suntik, sehingga tidak bisa memiliki alternatif untuk menentukan pilihan lain kecuali apa yang disiarkan oleh media, teori ini juga dikenal sebagai teori peluru (bullet theory).¹⁴

b. Teori Kepala Batu (*Obstinate Audience*)

Teori ini dilandasi pemahaman psikologi bahwa dalam diri individu ada kemampuan untuk menyeleksi apa saja yang berasal dari luar. Teori kepala batu menolak teori jarum suntik atau teori peluru dengan alasan, jika suatu informasi ditembakkan dari media, mengapa khalayak tidak berusaha berindung untuk menghindari tembakan informasi itu. Masyarakat atau khalayak memiliki hak untuk memilah informasi mana yang mereka perlukan dan informasi yang tidak diperlukan. Kemampuan untuk menyeleksi informasi ada pada khalayak menurut perbedaan individu, persepsi dan latar belakang sosial budaya. Perbedaan individu bahwa anak-anak cenderung lebih senang menonton film kartun sementara perempuan lebih senang menonton senentron atau drama.¹⁵

c. Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*)

Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz tahun 1974, teori ini banyak berkaitan dengan sikap dan perilaku pada konsumen, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Dalam praktek politik, teori ini banyak digunakan oleh para politisi. Misalnya Bill Clinton mempelajari cara debat Kenedy ketika debat dengan Bush dalam pemilihan Presiden

¹⁴ Meriam Budiarjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka utama, 2008.

¹⁵ Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*.

Amerika Tahun 1992. Selain itu di gedung-gedung parlemen banyak anggota legislatif membaca dan mengikuti informasi dari media hasil liputan para wartawan.¹⁶

d. Teori Lingkaran Kesunyian (*Spiral of Silence Theory*)

Teori ini diperkenalkan oleh Elizabet Nuelle Neumman, mantan jurnalis kemudian menjadi profesor emeritus pada salah satu institute publistik di Jerman. Teori ini banyak berkaitan dengan kekuatan media yang bisa membuat opini publik, tetapi dibalik itu ada opini yang bersifat laten yang berkembang di tingkat bawah yang tersembunyi karena tidak sejalan dengan opini publik mayoritas yang bersifat manifestasi (nyata di permukaan). Opini publik yang tersembunyi disebut opini yang berada dalam lingkaran keheningan (the spiral of the silencia). Mislanya di Indonesia di masa pemerinatah Presiden Soeharto, menjelang kejatuhannya banyak opini publik yang berkembang di tingkat bawah yang bertentangan dengan opini publik mayoritas.

e. Teori Penanaman (*Cultivation Theory*)

Teori penanaman atau kultivasi (cultivation theory) menggambarkan kehebatan media terutama televisi dalam menanamkan sesuatu dalam jiwa penonton, kemudian terimplementasi dalam sikap dan perilaku mereka. Misalnya kebiasaan televisi menyiarkan berita atau film tentang kejahatan memberi pengaruh pada sikap dan perilaku penonton untuk tidak mau keluar pada malam hari tanpa ditemani oleh orang lain. Kasus banyaknya tindakan kriminal yang dilakukan oleh anak-anak muda di Amerika Serikat pernah diteliti oleh para ahli psikologi. Dari hasil riset tersebut diperoleh data bahwa banyak tindakan kejahatan ditimbulkan oleh ulah anak-anak yang pernah menjadi pecandu film kekerasan di usia kanak-kanaknya.

f. Teori Agenda Setting (*Agenda Setting Theory*)

Teori agenda setting pertama kali diperkenalkan pada tahun 1973 oleh Maxwell Mc Combs dan Donald L. Shaw. Mereka tertarik untuk melihat apakah pendapat parah pemilih mengenai isu-isu yang dipandang sangat penting dibentuk oleh besarnya pemberitaan mengenai isu-isu tersebut. Dari hasil riset untuk menemukan bahwa adanya korekasi yang signifikan antara isu yang diangkat oleh media dengan isu yang dianggap penting oleh pemilih. Teori ini mengakui bahwa media memberi pengaruh terhadap khalayak dalam pemilihan presiden melalui penayangan berita, isu, citra maupun penampilan kandidat itu sendiri.

¹⁶ Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Prenada Media.

i. Hubungan Media dengan Politisi dan Pemerintah

Hubungan antara media dengan politisi atau pemerintah sudah berjalan sekian lama, dan hubungan ini tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, bukan saja karena wartawan membutuhkan para politisi atau pejabat pemerintah sebagai sumber informasi tetapi juga para politisi atau pejabat pemerintah memerlukan media untuk menyampaikan pikiran-pikirannya maupun kebijakan yang mereka ambil untuk kepentingan orang banyak¹⁷. Tidak heran jika para wartawan sering tampak bergerombol didepan gedung istana negara, parlemen, kantor kementerian, kantor gubernur, dan kantor bupati menunggu kesempatan untuk mewawancara para politisi atau pejabat tersebut.

Hubungan yang kurang harmonis antara media dan pemerintah dapat dilihat dari berbagai kasus diberbagai negara, diantaranya sebagai berikut:

- a. Di Prancis para wartawan tidak bisa melaksanakan investigasi reporting karena takut pemerintah akan melakukan tindakan balasan untuk menekan media. Ketika media mengungkap skandal Presiden Prancis Francois Mitterand yang punya anak di luar nikah, rakyat Prancis jadi marah dan tidak senang pada pers yang terlalu bebas dalam mengungkap hal-hal yang pribadi pemimpin Negara
- b. Di Inggris ada *code of Condict* yang dikeluarkan pada 19 Agustus 1997 tentang sangsi hukuman atas pelanggaran yang dilakukan oleh para wartawan, serta diberlakukannya kode etik jurnalistik yang paling keras dalam sejarah Inggris sejak 1 Januari 1998.
- c. Di Jepang media tidak boleh mengekspos kesehatan Kaisar Hirohito.

j. Manfaat Retorika

Sejak kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum. Aristoteles saat itu sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika yaitu:

- a. Retorika penuntun penutur dalam mengambil keputusan, dalam kehidupan ada hal-hal yang memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawanya tanpa mempertimbangkan kebenaran, jika dalam kegiatan bertutur salah dalam mengambil keputusan karena didorong oleh appeal negatif atau cenderung ingin menang saja, maka ia akan dirugikan oleh pilihannya

¹⁷ Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*.

- b. Retorika mengajar penutur dalam memilih argument. Menurut Aristoteles, argumen dibedakan menjadi dua jenis yakni argumen artistik dan argumen nonartistik. Argumen artistik diperoleh dengan melihat fakta yang ada disekitar topik, baik yang terkait langsung maupun yang tidak langsung. Contoh, untuk topik dengan tujuan pengarahan, maka argumen nonartistiknya kondisi ekonomi, politik, keamanan, dan lainnya.
- c. Retorika mengajar penutur mempersuasi, hal ini retorika mengajarkan bagaimana menata tutur kata secara sistematis, memilih materi bahasa yang tepat untuk mewadahi setiap topik dan menampilkannya menggunakan cara yang efektif.
- d. Retorika membimbing bertutur secara rasional, realitas kehidupan ada sesuatu yang benar dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan, maka dari itu seorang pembicara perlu memanfaatkan retorika. Dengan bertutur secara rasional akan sangat membantu untuk menghindari kekonyolan yang mungkin ia buat.

Jadi dapat dipahami bahwa diantara kegunaan dari retorika yaitu sebagai penuntun penutur dalam mengambil keputusan, mengajar penutur dalam memilih argument dan mempersuasi, serta membimbing bertutur secara rasional.¹⁸

- k. Pemilih Muda Pemilu 2024 Bentuk Regenerasi dalam Merawat Demokrasi

Indonesia merupakan negara demokrasi terbesar ketiga di dunia, akan menggelar pemilihan umum yang diklaim terbesar di dunia pada 2024 mendatang. Jumlah total pemilih diperkirakan mencapai 74% dari total populasi Indonesia, dan sebagian diantaranya adalah pemilih pemula. Lebih dari 200 juta pemilih di dalam negeri dan 1,75 juta diaspora Indonesia di seluruh dunia akan mendatangi tempat pemungutan suara pada 14 Februari 2024 untuk memilih presiden dan wakil presiden berikutnya serta pemilihan anggota legislatif baik tingkat Kabupaten/ Kota, Provinsi maupun ditingkat Nasional, juga senator. Pendaftaran calon presiden dan wakil presiden akan dibuka mulai 19 Oktober hingga 25 November 2023. Pengamat politik mengestimasi tiga koalisi besar akan terbentuk mengikuti figur yang bertarung pada Pemilu 2024: Ganjar Pranowo, Anies Baswedan, dan Prabowo Subianto. Dan saat ini juga sudah jelas pasangannya masing-masing yaitu Mahfud MD, Muhaimin Iskandar dan Gibran Rakabuming Raka.

¹⁸ Marta, I. N. "Retorika dan Penggunaanya dalam Berbagai Bidang", Prasi: Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajaranya 6, no. 12 (2010) diakses pada 28 Januari 2020.

Peneliti Lembaga Survei Indonesia (LSI) dan Indikator Politik Indonesia, Adam Kamil mengungkapkan berpindahnya PKB ke kubu Anies dalam waktu yang sangat singkat, menunjukkan ketidakpastian dalam kontestasi Pilpers "sangat tinggi". Dalam pemilu 2024, generasi muda berusia usia 22-30 tahun akan mendominasi pemilih secara Nasional, dengan porsi 56%, atau sekitar 114 juta. Separuh dari mereka akan menjadi pemilih pemula. Selain itu, polarisasi, mis informasi dan disinformasi di media sosial masih menjadi isu utama menjelang pemilu 2024.¹⁹

Pemilihan Umum 2024 diperkirakan akan menandai sejumlah perubahan penting dalam lanskap politik Indonesia ke depan. Dari sisi politik, petahana Presiden Joko Widodo yang sudah menjabat selama dua periode tidak bisa lagi mencalonkan diri sehingga membuat level kompetisi antar-calon presiden akan ketat. Kompetisi antar-partai diprediksi masih dinamis, meskipun sudah terbentuk stabilitas suara partai pada tingkat pemilih. Pemilu nanti akan strategis karena pemerintahan baru yang terpilih akan mempersiapkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) periode 2025-2045 atau untuk 20 tahun ke depan. Pemilu 2024 akan menjadi pemilu ke-6 setelah reformasi dan harusnya kian menunjukkan kematangan dalam berdemokrasi. Selain itu perlu juga terus memantau agar penyelenggaraan pemilu dapat dilaksanakan secara demokratis, transparan, dan adil.

Pada tingkat populasi menjelang pemilu nanti terjadi perubahan demografi yang ditandai dengan membesarnya jumlah pemilih muda (generasi z dan milenial) yang berusia 17-39 tahun. CSIS memproyeksikan jumlah pemilih muda dalam pemilu nanti akan mendekati 60 persen dari total pemilih. Bila dikonversi jumlah pemilih muda bisa mendekati 114 juta orang. Perubahan lanskap politik ke depan akan didorong oleh tipikal pemilih muda yang dinamis, adaptif dan responsif, terutama pergeseran minat mereka pada isu-isu politik dan karakteristik kepemimpinan nasional. Pada agregat nasional, survei CSIS menemukan meningkatnya ketertarikan pemilih muda terhadap karakter calon pemimpin yang jujur dan anti-korupsi.²⁰

Faktor penetrasi internet dan meningkatnya penggunaan media sosial juga diperkirakan akan mengubah arah dan preferensi politik pemilih muda. Media sosial pada

¹⁹ Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 132-141.

²⁰ Putri, M. P. (2016). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 30.

level tertentu diprediksi akan mempengaruhi perubahan perilaku anak muda dalam memilih capres dan partai politik. Level kompetisi antar calon populer masih kompetitif dan dinamis. Situasi politik yang kompetitif membuat untuk saat ini masih sulit diprediksi siapa yang akan memenangi pemilu 2024.

Namun sepertinya diprediksi anak muda diperkirakan akan menjadi segmen pemilih penting yang akan mempengaruhi hasil pemilu nantinya. Tulisan ini membahas bagaimana pola dan kecenderungan preferensi pemilih muda pada sejumlah isu penting. Diantaranya, kepemimpinan nasional, demokrasi, partisipasi politik dan pertumbuhan media sosial. Isu-isu kunci yang diangkat dalam tulisan diangkat dari survei opini publik CSIS pada populasi yang berusia 17-39 tahun.²¹

Mellaz menyampaikan bahwa tema besar Pemilu 2024 adalah sebagai Sarana Integrasi Bangsa, yakni pemilu sebagai pemersatu atau integrasi bangsa. Selanjutnya Mellaz mengajak semua untuk mengetahui informasi apakah namanya terdaftar di DPT, bisa dicek pada website cekdptonline.kpu.go.id. Mellaz, saat memaparkan kepada peserta menjelaskan saat ini ada 24 Partai Politik (parpol) yang akan mengikuti Pemilu 2024, terdiri atas 18 Partai Nasional dan 6 Partai Lokal Aceh.

Selain itu, Mellaz menyampaikan proyeksi data pemilih pada Pemilu 2024, yakni hampir 60% akan diisi oleh pemilih muda. Sebagai bentuk regenerasi dalam merawat demokrasi, maka Pemilu 2024 akan diwarnai oleh Generasi Z dan Generasi Milenial yang mempunyai kontribusi penting. Mellaz juga menginformasikan terkait kegiatan yang dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan partisipasi masyarakat oleh KPU, di antaranya Kirab Pemilu 2024, Indeks Partisipasi Pemilu, Pembentukan Relawan Demokrasi, serta Peningkatan Kerjasama Antar Lembaga.

Dengan demikian, untuk mengetahui informasi apakah nama pemilih sudah terdaftar di DPT atau belum, bisa dicek pada website infopemilu.kpu.go.id. Website ini juga memberikan informasi seputar tahapan pemilu, JDIH KPU, PPID KPU, Cek Anggota Parpol, dan Cek Pendukung Calon Anggota DPD.²²

1. Peran Penting Generasi Milenial Pada Pemilu 2024 Anggota KPU Kabupaten

²¹<https://kepahiangkab.go.id/new/2023/08/13/peran-penting-generasi-milenial-pada-pemilu-2024/>.

²² <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11639/pemilih-muda-pemilu-2024-bentuk-regenerasi-dalam-merawat-demokrasi>.

Kepahiang Iin Gustiawan dalam paparannya menyampaikan bahwa Pemilu serentak 2024 bukan hanya menjadi tugas penyelenggara pemilu, tapi juga menjadi tugas seluruh rakyat Indonesia, termasuk generasi milenial yang cerdas dan kritis yang mendambakan pemimpin yang jujur dan amanah, mampu membawa pada kemajuan.

Generasi milenial jangan hanya menjadi penonton dan jangan hanya melaksanakan haknya saja. Generasi muda generasi milenial harus mampu menebar energi positif, menebarkan virus-virus kebaikan, khususnya dalam hal pelaksanaan pengawasan pemilu partisipatif. Peran para pemuda dalam gelaran pemilu dapat diaktualisasikan dengan melibatkan diri sebagai penyelenggara pemilu di berbagai tingkatan, mulai dari tingkat daerah hingga tingkat desa.

Manfaat yang dapat diperoleh dari peran sebagai penyelenggara pemilu adalah pengetahuan empiris dan teknis seputar penyelenggaraan pemilu. Begitupun ada tantangan dalam pemilu yang akan dihadapi pemilih dari generasi muda saat ini sejauh mana mereka mampu mempertahankan independensi pikiran di tengah serbuan opini dan propaganda di tahun politik.

Di dalam hal partisipasi politik, generasi muda sangat substansial karena dalam presentase jumlah pemilih generasi milenial banyak menyumbangkan suara di Pemilu 2024 nantinya. Generasi muda memiliki pengaruh tersendiri terhadap pemilu, generasi muda juga hidup pada era informasi di mana segala sesuatunya menggunakan internet atau media online dalam memperoleh informasi sehingga mereka lebih cepat mendapatkan informasi dan memberikan persepsi serta kecenderungan pilihan.

Dalam Pemilu 2024 pemuda memiliki peran strategis dengan menjual ide atau gagasan kepada pemangku kepentingan, bekerja sama dengan penyelenggara Pemilu dan ikut mengawasi dan menjadi bagian partai atau peserta Pemilu untuk mewujudkan Pemilu yang berkualitas.²³

Pemuda diharapkan berperan aktif dalam mensukseskan pemilu 2024. Tentunya ada sejumlah pertimbangan generasi ini punya peran penting. Kelompok ini telah menunjukkan kecenderungan untuk mempengaruhi opini publik melalui media sosial dan partisipasi dalam gerakan sosial.

²³ <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11639/pemilih-muda-pemilu-2024-bentuk-regenerasi-dalam-merawat-demokrasi>.

Kaum milenial saat ini sudah memasuki industri 4.0 yang mana semuanya berlangsung secara online dan realtime. Dalam politik, generasi Z telah menunjukkan kecenderungan untuk memperjuangkan masalah seperti hak asasi manusia, lingkungan, dan isu-isu yang berkaitan dengan kesetaraan gender. Mereka juga cenderung menggunakan media sosial dan platform daring lainnya untuk memperjuangkan pendapat mereka dan mempengaruhi opini publik yang berkembang.²⁴

Terkait dengan pembahasan di atas, lebih lanjut dijelaskan bahwa adapun peran pemuda di antaranya adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan partisipasi dalam pemilu

Pemuda dapat meningkatkan partisipasinya dalam pemilu dengan melakukan registrasi pemilih dan menggunakan hak suaranya. Pemuda juga dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menggunakan hak suara dalam pemilu

b. Menjaga persatuan dan kesatuan bangsa

Pemuda juga dapat berperan dalam menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dengan tidak terprovokasi oleh isu-isu yang dapat memecah belah bangsa. Pemuda juga dapat mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menjaga persatuan dan kesatuan bangsa.

c. Mengawasi jalannya pemilu

Pemuda dapat berperan sebagai pengawas pemilu dengan menjadi anggota Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) atau relawan pengawas pemilu. Hal ini akan membantu mengawasi jalannya pemilu sehingga dapat berlangsung secara adil dan demokratis.

d. Mengembangkan Kreativitas dalam Kampanye Politik

Pemuda juga dapat berperan dalam kampanye politik dengan mengembangkan kreativitas dalam bentuk kampanye yang positif dan tidak merugikan pihak lain. Pemuda juga dapat menggunakan media sosial dan teknologi untuk menyebarkan kampanye politik dengan cara yang efektif dan positif.

e. Menghindari politik uang dan politik identitas

Pemuda juga dapat berperan dalam menghindari politik uang dan politik identitas dengan tidak menerima atau memberikan suap dalam bentuk apapun. Pemuda juga

²⁴ Kasim, S. P. (2022).

dapat mengedukasi masyarakat mengenai bahaya politik uang dan politik identitas dalam pemilu. Dengan melakukan peran-peran di atas, pemuda dapat berkontribusi dalam menghadapi pemilu 2024 secara positif dan memastikan bahwa pemilu dapat berlangsung secara adil dan demokratis.²⁵

Melihat konteks di atas tentunya peran pemuda dalam terselenggaranya pemilu sangatlah penting, karena secara tidak langsung pemuda adalah ujung tombak terhadap keberlangsungan politik dan akan mewarisi negara di masa mendatang. Apabila pemuda mampu mengayomi dan mengarahkan dirinya untuk keutuhan bangsa ini maka sangat dimungkinkan akan terciptanya politik yang dinamis, praktis serta demokrasi

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat penulis simpulkan bahwa peran kampanye politik di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih muda. Peran kampanye politik di media sosial yang baik dapat meningkatkan perilaku pemilih muda, peran kampanye politik di media sosial secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih muda, dan tentunya media sosial akan sangat berperan dalam memberikan pengaruh terhadap perilaku pemilih anak muda. Pemilih pemula akan tertarik dengan politik sambil bersantai, walaupun terdapat pengaruh media sosial melalui sekolah dan keluarga namun tidak berpengaruh signifikan karena mereka merupakan generasi yang akrab dengan penggunaan media. Dengan demikian, bahwa secara keseluruhan media sosial berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada pemilihan umum.

Referensi

- Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Tulungagung, 2016.
- An-Nahdah Al-'Arabiyah; Jurnal Bahasa dan Sastra Arab <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/nahdah/index> Vol 2 No 1 Th 2022.
- Aristoteles, *Retorika*, Yogyakarta: Basabasi, 2018.

²⁵ Ludvianto, M., & Arifani, W. (2020)

Belli Nasution, *Komunikasi Politik*, Disajikan pada Semester Genap pada Fakultas Ilmu sosial dan Politik Tahun 2012.

Dori Wuwur H. *Retorika*, Yogyakarta: Kanisius, 1990.

Jurnal PRASI, Vol 6 No 12 Juli – Desember 2010.

Kustadi Suhandang *Retrorika: Strategi Teknik dan Taktik Pidato*, 2009.

Medialog: *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume III, No. I, Februari 2020.

Meriam Budiarmo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia Pustaka utama, 2008.

Situmorang, M., Silviani, I., & Ginting, E. A. (2023). Strategi Komunikasi Partai Politik Pdp Sumut Dalam Membangun Kepercayaan Pemilih Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 7(2), 134-145.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methodes)*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik*, Bandung: Tarsito Winarno, 2002

Marta, I. N. “Retorika dan Penggunaanya dalam Berbagai Bidang”, Prasi: Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajaranya 6, no. 12 (2010) diakses pada 28 Januari 2020 <http://ejournal.udiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/6828>.

<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-66531834>.

<https://www.csis.or.id/publication/pemilih-muda-dalam-pemilihan-umum-2024-dinamis-adaptif-dan-responsif/>.

<https://www.kpu.go.id/berita/baca/11639/pemilih-muda-pemilu-2024-bentuk-regenerasi-dalam-merawat-demokrasi>.

<https://kepahiangkab.go.id/new/2023/08/13/peran-penting-generasi-milenial-pada-pemilu-2024/>.

- Putri, M. P. (2016). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Sosialisasi Pemilu sebagai upaya Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilu Presiden 2014 di Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 30.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). Teori Komunikasi.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Prenada Media.
- Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 132-141.
- Ubaidullah, M. A., & Ardiansyah, S. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH PEMULA PADA PILPRES 2019 DI KABUPATEN ACEH UTARA (Studi Penelitian Di Kecamatan Dewantara). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(2).
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Sarinastiti, N., & Fatimah, P. S. (2019). Edukasi komunikasi politik dalam menciptakan kesadaran dan minat pemilih perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 44-58.
- Fitriani, D., Budiyan, Y., Hardika, A. R., & Choerunissa, M. (2023). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PROSES DEMOKRASI DI INDONESIA: ANALISIS PERAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL. *Advanced In Social Humanities Research*, 1(4), 362-371.
- Fitriani, D., Budiyan, Y., Hardika, A. R., & Choerunissa, M. (2023). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PROSES DEMOKRASI DI INDONESIA: ANALISIS PERAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL. *Advanced In Social Humanities Research*, 1(4), 362-371.
- Kasim, S. P. (2022). *Analisis strategi pemanfaatan media komunikasi sebagai upaya meningkatkan partisipasi pemilih oleh komisi pemilihan umum kota makassar pada pilkada serentak tahun 2020 pada masa pandemi covid-19= The analysis of strategies for utilizing communication media as an effort to increase voters participation by the general election commission of makassar city in*

the 2020 simultaneous regional head election during the covid-19 pandemic (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Ludvianto, M., & Arifani, W. (2020). Retorika Persuasif dalam Debat Calon Presiden Indonesia 2019: Sebuah Analisis Komunikasi Performatif. *E-Sales Promotion Membentuk Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus: Digital Payment OVO)* Elsie Oktivera, *Wisnu Wirawan Camera Branding Calon Walikota Di Media Sosial (Studi Kasus Pilwakot 2015 Paslon Idris-Pradi)*, 7(1), 41.

