

DINAMIKA PARTISIPATIF MEDIA DAN JARINGAN SOSIAL: ANALISIS KASUS ISU PRABOWO DALAM PEMILU 2024

Medya Apriliansyah¹

Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis dinamika partisipatif media dan jaringan sosial dalam mengamati isu yang melibatkan tokoh politik, dengan fokus pada kasus isu Prabowo dalam Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten dan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana media dan jaringan sosial memainkan peran dalam penyebaran, persepsi, dan partisipasi publik terkait isu tersebut. Instrumen melibatkan analisis konten untuk mengidentifikasi tren dan pola pemberitaan, serta pendekatan kualitatif dengan wawancara dan observasi terhadap partisipan online. Hasil penelitian menunjukkan dominasi isu Prabowo dalam pemberitaan media dan viralitas di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa partisipasi media dan jaringan sosial memainkan peran krusial dalam membentuk dinamika isu Prabowo dalam Pemilu 2024. Persepsi publik dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dominasi media, viralitas di media sosial, dan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat dinamika penyebaran isu yang dimana terlihat dari dominasi pemberitaan isu Prabowo yang menjadi topik utama pemberitaan media, viral di media sosial, jenis konten yang dominan, dan adanya perkembangan narasi serta framing. Dalam konteks persepsi publik dapat terlihat adanya diversity persepsi, terdapat kombinasi antara sentimen positif dan negatif. Kemudian hasil dari analisis partisipasi publik terlihat bahwa sebagian besar masyarakat aktif terlibat dalam diskusi daring, masyarakat juga ikut berpartisipasi dalam kampanye online maupun secara aksi fisik atau acara publik.

Kata-kata Kunci: Media; Berita; Pemilu; Politik; Prabowo

DYNAMICS OF PARTICIPATORY MEDIA AND SOCIAL NETWORKS: A CASE ANALYSIS OF THE PRABOWO ISSUE IN THE 2024 ELECTION

ABSTRACT

This research aims to explore and analyze the participatory dynamics of media and social networks in observing issues involving political figures, focusing on the case of the Prabowo issue in the 2024 Election. This research uses content analysis methods and a qualitative approach to gain in-depth insight into how media and social networks play a role in the dissemination, perception, and public participation regarding the issue. The instrument involves content analysis to identify new trends and patterns and a qualitative approach with interviews and observations of online participants. The research results show the dominance of the Prabowo issue in media coverage and virality on social media. Based on the research results, it can be concluded that media participation and social networks play a crucial role in shaping the dynamics of the Prabowo issue in the 2024 Election. Various factors influence public perception, media dominance, virality on social media, and public participation in various forms. The research results found that there is a dynamic in the spread of issues, which can be seen from the dominance of reporting on the Prabowo issue, which is the main topic of media reporting, going viral on social media, the dominant type of content, and the development of narratives and framing. In the context of public perception, it can be seen that there is diversity in perception. There is a combination of positive and negative sentiment. Then, the results of the analysis of public participation show that the majority of people are actively involved in online discussions; people also participate in online campaigns as well as physical actions or public events..

Key Words: Media; News; Election; Politics; Prabowo

Korespondensi: Medya Apriliansyah, S.E.,M.Si, Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260 DKI Jakarta, *Email:* medya.apriliansyah@budiluhur.ac.id

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media dan jaringan sosial memiliki peran sentral dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi dinamika politik. Kedua platform tersebut bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai wadah interaksi dan partisipasi masyarakat. Dinamika politik saat ini tercermin dalam bagaimana isu-isu politik disajikan, dibahas dan disebarakan melalui media dan jaringan sosial.

Saat ini Indonesia sedang berada dalam proses pelaksanaan kampanye politik dalam kontestasi politik 5 tahun sekali yaitu Pemilihan Umum 2024. Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu momen paling vital dalam siklus politik suatu negara. Pemilu menjadi ajang di mana berbagai isu politik diangkat, dan tokoh-tokoh politik bersaing untuk mendapatkan dukungan publik. Dinamika politik di Pemilu mencakup berbagai aspek, mulai dari strategi kampanye, isu-isu kontroversial, hingga cara interaksi masyarakat dalam mendiskusikan dan menyebarkan informasi politik.

Pemilu 2024 menandai sebuah periode kritis dalam perkembangan politik suatu negara. Isu-isu yang muncul selama kampanye dapat memengaruhi arah politik, kebijakan, dan persepsi masyarakat terhadap tokoh-tokoh politik tertentu. Dalam konteks ini, peran Prabowo Subianto, seorang tokoh politik yang telah memainkan peran signifikan dalam politik Indonesia, menjadi fokus perhatian.

Isu-isu yang melibatkan tokoh politik, seperti Prabowo, menarik untuk dijadikan studi kasus karena memiliki potensi untuk mencerminkan dinamika kompleks media dan jaringan sosial dalam menggambarkan dan mempengaruhi citra seorang tokoh politik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana dinamika partisipatif media dan jaringan sosial berperan dalam menyikapi isu yang melibatkan Prabowo dalam kontestasi Pemilu 2024.

Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media dan jaringan sosial dalam membentuk opini publik terkait isu-isu politik, khususnya dalam konteks Pemilu 2024. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan, termasuk pihak politik, media, dan masyarakat, dalam memahami dinamika politik modern yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi.

Participatory Media Culture merupakan konsep ini terkait erat dengan perkembangan teori dan studi-studi media yang mengeksplorasi bagaimana peran masyarakat dalam media telah berubah seiring waktu, khususnya dengan berkembangnya teknologi digital dan media sosial. Participatory Media Culture telah memberdayakan individu untuk secara aktif terlibat dalam penciptaan dan penyebaran konten, menantang struktur kekuasaan media tradisional (Jenkins, 2006). Pergeseran ini telah menyebabkan lebih beragamnya suara yang didengar dan meningkatkan akses terhadap perspektif dan informasi alternatif. Demokratisasi media melalui budaya partisipatif telah membawa perubahan paradigma dalam cara informasi diciptakan, dibagikan, dan dikonsumsi. Pergeseran

dinamika media ini telah memicu perdebatan tentang implikasinya terhadap jurnalisme, demokrasi, dan wacana kemasyarakatan

Konsep Participatory Media Culture merupakan hasil dari pengembangan dan penelitian dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk media dan studi komunikasi, sosiologi, dan budaya populer. Meskipun tidak ada teori spesifik yang secara resmi dinamai sebagai "Participatory Media Culture," konsep ini mencerminkan tren dan pergeseran dalam cara masyarakat berinteraksi dengan media (Jefkins, 2006).

Pada buku yang ditulis oleh Jean Burgess dan Joshua Green (2009), menjelaskan bahwa Konsep participatory media culture yang dibahas dalam karya ini menekankan perubahan dalam dinamika media yang memberikan kekuasaan kepada individu dan kelompok masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam produksi dan konsumsi konten media. Ada beberapa ciri participatory media culture yang dibahas dalam buku ini melibatkan:

1. Konten Dibuat oleh Pengguna (User-Generated Content)

YouTube, sebagai platform berbagi video, memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membuat dan mengunggah konten mereka sendiri, tidak hanya menjadi konsumen pasif.

2. Partisipasi Aktif

Masyarakat tidak hanya mengonsumsi media, tetapi juga terlibat dalam berbagai kegiatan seperti mengomentari, membagikan, dan berpartisipasi dalam diskusi online.

3. Keragaman Konten

Participatory media culture menciptakan keragaman dalam produksi konten. Banyak individu dan kelompok dengan berbagai minat dan bakat dapat berkontribusi, memperkaya ragam budaya yang tersedia.

4. Jaringan Sosial dan Komunitas

Participatory media culture memungkinkan pembentukan komunitas dan jaringan sosial online di sekitar minat bersama, memfasilitasi interaksi dan kolaborasi.

5. Dinamika Keberagaman

Konsep keberagaman dan kolaborasi di dalam participatory media culture memungkinkan individu atau kelompok untuk bersama-sama menciptakan, menyunting, atau memodifikasi konten.

Media sosial merupakan media baru yang dijadikan wadah untuk berdemokrasi. Model seperti ini disebut juga sebagai demokrasi digital yang dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan demokrasi (Allifiansyah 2016). Dengan adanya internet, masyarakat dapat diberikan kesempatan untuk melakukan berbagai

ekperimen dan inovasi desain komunikasi pada saat berhadapan dengan wakil-wakil rakyat yang ada di dunia politik mereka yang berhubungan dengan kebijakan yang dijalankan (Bell, et All., 2004).

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa Participatory Media Culture merujuk pada fenomena di mana masyarakat secara aktif terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten media. Dalam era digital dan media sosial, individu tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga berperan sebagai produsen dan penyebar informasi.

Teori Jaringan Sosial sering diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk sosiologi, antropologi, psikologi, ilmu politik, dan manajemen organisasi. salah satu kontributor utama dalam pembentukan teori ini adalah J. Clyde Mitchell, seorang sosiolog yang pada tahun 1969 menggambarkan struktur jaringan sosial di sebuah desa di Zambia. Konsep-konsep dasar dari teori ini kemudian dikembangkan dan diperluas oleh berbagai peneliti seperti Stanley Milgram, yang melakukan eksperimen terkenal tentang "six degrees of separation," dan Mark Granovetter, yang mengenalkan konsep "kekuatan lemah" (weak ties). Pada dasawarsa 1970-an dan 1980-an, teori ini terus berkembang melalui kontribusi-kontribusi dari ilmuwan sosial seperti Ronald Burt dan Harrison White. Pada tahun 1990-an, dengan kemajuan teknologi komputer dan perkembangan analisis jaringan, teori ini semakin diterapkan secara luas di berbagai bidang, termasuk ilmu politik, manajemen, dan komunikasi (Wasserman&Faust, 1994).

Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory) adalah kerangka kerja konsep dan prinsip-prinsip yang digunakan untuk memahami struktur, pola, dan dinamika hubungan antara entitas yang terlibat dalam suatu jaringan. Entitas ini dapat berupa individu, organisasi, atau bahkan konsep dan ide. Teori Jaringan Sosial menekankan keterkaitan dan interaksi di antara unsur-unsur tersebut sebagai fokus utama analisis (Wasserman&Faust, 1994). Adapun dijelaskan juga beberapa prinsip utama dalam teori jaringan sosial ini, yang meliputi:

1. Hubungan dan Keterikatan

Teori ini menitikberatkan pada bagaimana entitas dalam suatu jaringan terhubung satu sama lain. Hubungan ini bisa bersifat sosial, komunikatif, bisnis, atau jenis hubungan lainnya.

2. Struktur Jaringan

Fokus pada pola dan struktur hubungan antara entitas. Beberapa konsep struktur yang penting melibatkan sentralitas (kekuatan atau pengaruh relatif), kelompok (sub-jaringan atau komunitas), dan jarak (jarak hubungan antara entitas).

3. Dinamika Jaringan

Teori Jaringan Sosial juga memerhatikan perubahan dan evolusi dalam jaringan seiring waktu. Bagaimana hubungan berkembang, bagaimana informasi atau pengaruh menyebar, dan bagaimana jaringan beradaptasi terhadap perubahan eksternal.

4. Sifat Jaringan

Menyelidiki sifat-sifat khusus dari suatu jaringan, seperti kekuatan lemah (weak ties) dan kekuatan kuat (strong ties), yang dapat mempengaruhi cara informasi dan sumber daya bergerak dalam jaringan.

5. Peran Individu

Mempertimbangkan peran dan posisi individu dalam jaringan serta dampaknya terhadap akses informasi, pengaruh, dan kontrol.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis konten yang bersifat deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari berbagai sumber media dan platform jaringan sosial untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Sampel penelitian mencakup artikel, berita dan konten terkait isu-isu Prabowo dalam Pemilu 2024 dari berbagai media online, serta interaksi dan komentar dari pengguna jaringan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Penyebaran Isu

Analisis penyebaran isu Prabowo dalam media online dan jaringan sosial mengungkap pola-pola yang signifikan, dimana dapat ditemukan beberapa hal sebagai berikut:

a. Topik utama dan pemberitaan media

Dalam hal identifikasi topik utama yang mendominasi pemberitaan media online terkait Prabowo dalam konteks Pemilu 2024 melibatkan penelusuran berita, artikel dan opini yang memusatkan pada isu-isu mengenai Prabowo yang dapat dilihat dari fokus utama seperti kebijakan tertentu, kontroversi atau narasi yang berkembang mengenai Prabowo.

Pada masa kampanye Pemilu 2024 ini dapat ditemukan dominasi pemberitaan mengenai Prabowo terutama di portal berita online dan media sosial yang dituduh melakukan pelanggaran etika pemilu, serta kontroversi pemilihan calon yang bersanding dengan dirinya sebagai cawapres di ajang Pemilu 2024. Analisis menunjukkan bahwa Sebagian besar liputan dan artikel berasal dari platform digital, sementara media cetak dan televisi memberikan perhatian lebih sedikit pada isu-isu tersebut.

b. Viralitas di media sosial

Hal ini melihat sejauh mana isu-isu terkait Prabowo menjadi viral diberbagai platform media sosial, dimana melibatkan analisis terhadap jumlah like, share dan komentar terkait setiap konten yang terkait dengan Prabowo. Konten yang viral dapat menjadi indikasi pengaruh yang besar terhadap opini publik.

Analisis menunjukkan bahwa sejumlah konten terkait Prabowo menjadi viral di berbagai platform media sosial. Konten-konten tersebut termasuk meme, video singkat, dan klip yang menciptakan resonansi kuat di antara pengguna. Pengguna media sosial secara aktif berbagi, menyukai dan mengomentari konten tersebut, sehingga menciptakan efek domino yang meningkatkan visibilitas isu-isu terkait Prabowo secara signifikan.

Aktivitas pengguna media sosial terkait isu Prabowo menciptakan tren partisipasi yang tinggi. Hastag terkait Prabowo menjadi trending topic, dan banyak pengguna menggambarkan dukungan atau kritik mereka terhadap isu-isu tertentu melalui unggahan, komentar dan retweet. Aktivitas ini memberikan kontribusi signifikan terhadap penyebaran isu-isu terkait Prabowo di antara berbagai segmen masyarakat.

Viralitas konten di media sosial memiliki dampak yang signifikan pada persepsi public terhadap Prabowo. Analisis sentiment menunjukkan variasi dalam respons pengguna, dari dukungan yang tulus hingga kritikan yang tajam. Konten viral secara efektif mempengaruhi cara masyarakat memandang Prabowo, menciptakan narasi yang kuat dan berdampak pada opini public.

c. Jenis konten yang dominan

Identifikasi jenis konten yang dominan dalam penyebaran isu Prabowo. Apakah gambar, video, artikel Panjang, atau meme yang lebih mendominasi dalam mendiskusikan atau menyebarkan informasi terkait Prabowo. Pemahaman ini dapat memberikan wawasan tentang preferensi dan perilaku pengguna media sosial.

Analisis konten menunjukan bahwa jenis konten yang dominan dalam penyebaran isu Prabowo adalah meme dan gambar politik. Sejumlah besar konten yang berkaitan dengan Prabowo dibentuk dalam bentuk meme yang kreatif dan gambar-gambar humor politik yang mendapatkan respon positif dari pengguna media sosial. Meme-meme tersebut cenderung lebih sering dibagikan, di like, dan dikomentari dibandingkan dengan jenis konten lainnya.

Pengamatan terhadap pola penyebaran menunjukkan bahwa video pendek juga memainkan peran penting dalam mempopulerkan isu-isu Prabowo. Analisis menunjukkan bahwa video pendek yang menyoroti momen kontroversial atau menyajikan klip singkat dari pidato dan kegiatan Prabowo mendapatkan respon positif dan banyak dibagikan oleh pengguna.

d. Sumber informasi yang paling berpengaruh

Analisis menunjukkan bahwa sumber informasi yang paling berpengaruh dalam penyebaran isu Prabowo berasal dari media alternatif dan jejaring sosial. Sejumlah situs berita alternatif, blog independent, dan akun media sosial tertentu memainkan peran kunci dalam

memperkenalkan dan merinci isu-isu terkait Prabowo. Pengguna media sosial cenderung merujuk pada sumber-sumber ini daripada media mainstream.

Analisis menemukan bahwa platform media sosial, terutama Tweeter dan facebook, memiliki peran kunci dalam membentuk opini public tentang Prabowo. Konten yang dibagikan oleh pengguna media sosial, termasuk pemimpin opini atau tokoh masyarakat yang aktif di platform tersebut, memiliki dampak besar pada persepsi dan diskusi seputar Prabowo.

Meskipun dominasi sumber informasi alternatif dan media sosial, analisis menemukan bahwa beberapa media mainstream masih memainkan peran penting dalam membentuk opini public tentang Prabowo. Beberapa outlet berita terkemuka tetap memiliki dampak besar terutama dalam menyajikan berita actual dan liputan langsung terkait Prabowo.

e. Perkembangan narasi dan framing

Analisis menunjukkan adanya pergeseran dalam narasi yang semula fokus pada kebijakan Prabowo menjadi lebih mendominasi oleh kontroversi pribadi. Awalnya, diskusi di media lebih berfokus pada perbandingan kebijakan dan visi politik Prabowo, tetapi seiring berjalannya waktu, kontroversi pribadi atau skandal muncul sebagai pusat perhatian dan membentuk narasi yang berbeda.

Analisis framing menunjukkan bahwa media, baik yang bersifat mainstream maupun alternatif, menggunakan tata bahasa dan presentasi visual untuk menciptakan framing positif atau negatif terkait Prabowo. Pemilihan kata-kata, judul berita, dan gambar yang disertakan dapat memengaruhi persepsi pembaca.

Penelitian menunjukkan bahwa media dan kampanye Prabowo dengan sengaja memanfaatkan narasi pribadi untuk meningkatkan identifikasi dan konektivitas dengan pemilih. Menyajikan narasi yang menyoroti aspek personal, kehidupan pribadi, dan pencapaian pribadi Prabowo dapat membentuk hubungan emosional dengan pemilih.

f. Reaksi masyarakat terhadap isu-isu Prabowo

Analisis menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respons yang beragam terhadap isu-isu Prabowo. Komentar di media sosial, forum diskusi, dan artikel online mencerminkan berbagai pandangan, mulai dari dukungan tulus hingga kritik yang tajam. Diversitas respons mencerminkan kompleksitas opini publik terhadap Prabowo.

Temuan menunjukkan adanya upaya mobilisasi masyarakat melalui petisi online dan kampanye di media sosial. Masyarakat merespons secara aktif terhadap isu-isu tertentu dengan menandatangani petisi atau berpartisipasi dalam kampanye online yang mendukung atau menentang tindakan atau posisi Prabowo.

Analisis perkembangan gerakan atau aksi masyarakat menunjukkan respons langsung terhadap isu-isu Prabowo. Masyarakat yang aktif turun ke jalan, mengadakan aksi protes, atau mengorganisir kegiatan lainnya sebagai tanggapan terhadap isu-isu tertentu yang melibatkan Prabowo.

Analisis menunjukkan adanya perdebatan aktif dalam ruang publik, baik itu di media sosial, forum online, atau acara-acara diskusi. Masyarakat terlibat dalam dialog dan bertukar pendapat mengenai isu-isu Prabowo, menciptakan dinamika perdebatan yang mencerminkan keragaman pandangan.

g. Konteks politik yang mempengaruhi penyebaran isu

Analisis menunjukkan bahwa terdapat peristiwa politik kunci yang secara langsung mempengaruhi penyebaran isu-isu Prabowo. Kejadian ini bisa melibatkan perubahan dalam dukungan partai politik, peristiwa skandal, atau keputusan kebijakan yang secara signifikan memengaruhi narasi dan diskusi seputar Prabowo.

Penelitian menunjukkan bahwa keputusan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau lembaga terkait memiliki dampak langsung pada penyebaran isu-isu Prabowo. Keputusan terkait pendaftaran, debat, atau aturan kampanye dapat membentuk narasi dan membawa isu-isu tertentu ke pusat perhatian publik.

Analisis menunjukkan bahwa isu-isu global atau nasional dapat mempengaruhi penyebaran isu-isu Prabowo. Peristiwa penting di tingkat nasional atau internasional dapat menciptakan konteks politik yang merubah dinamika kampanye dan pembahasan mengenai Prabowo.

Temuan menunjukkan bahwa reaksi dan strategi dari pihak-pihak terkait, termasuk partai politik, pendukung Prabowo, atau lawan politiknya, dapat memiliki dampak signifikan pada penyebaran isu-isu Prabowo. Upaya framing dan retorika yang digunakan oleh pihak-pihak ini juga memengaruhi persepsi masyarakat.

Persepsi Publik

Dalam konteks analisis mengenai persepsi publik terhadap isu-isu Prabowo dalam Pemilu 2024 dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Diversitas Persepsi

Analisis menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap isu-isu Prabowo dalam Pemilu 2024 sangat beragam. Masyarakat memiliki pandangan yang berbeda-beda terkait kebijakan, tindakan, dan pernyataan yang melibatkan Prabowo. Diversitas persepsi ini mencerminkan kompleksitas politik dan perbedaan nilai-nilai di antara masyarakat.

Hal ini dapat dilihat dari adanya sejumlah warga yang mengapresiasi rencana kebijakan-kebijakan yang diusulkan oleh Prabowo, dilain sisi sebaliknya, ada kelompok masyarakat yang sangat kritis terhadap posisi dan pernyataan Prabowo.

b. Sentimen Positif dan Negatif

Analisis sentimen menunjukkan bahwa terdapat kombinasi antara sentimen positif dan negatif terhadap Prabowo. Beberapa segmen masyarakat mungkin merespon secara positif terhadap kebijakan atau tindakan tertentu, sementara segmen lainnya merespon dengan sikap kritis atau skeptis terhadap Prabowo.

Hal ini dapat terlihat dari sejumlah warga yang merasa optimis terhadap visi dan rencana Prabowo untuk masa depan negara, serta ada juga sejumlah warga yang mengekspresikan ketidakpuasan terhadap kinerja atau pandangan Prabowo.

c. Faktor Pengaruh dan Pembentukan Persepsi

Penelitian menyoroti faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap Prabowo. Faktor-faktor ini dapat mencakup pemberitaan media, kampanye politik, interaksi sosial, dan pengaruh tokoh-tokoh politik lainnya. Interaksi antara berbagai faktor ini membentuk pandangan masyarakat terhadap Prabowo.

Hal ini dapat ditemukan dari adanya media yang memberikan liputan mendalam terhadap isu-isu tertentu yang melibatkan Prabowo. Selain itu adanya kampanye politik yang sukses dalam membangun citra positif Prabowo.

d. Respon Terhadap Strategi Kampanye

Analisis menyelidiki bagaimana respons masyarakat terhadap strategi kampanye yang diadopsi oleh Prabowo. Beberapa masyarakat mungkin merespon positif terhadap pendekatan tertentu yang diambil dalam kampanye, sementara yang lain mungkin merasa tidak puas atau skeptis.

Hal ini dapat terlihat dari reaksi positif terhadap kampanye yang mengedepankan isu-isu sosial atau ekonomi. Serta adanya kritik terhadap strategi kampanye yang dianggap manipulative atau tidak jujur.

e. Perubahan Persepsi Seiring Waktu

Temuan menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap Prabowo dapat mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Perkembangan isu-isu tertentu, peristiwa politik, atau kampanye dapat mempengaruhi cara masyarakat memandang Prabowo dari waktu ke waktu.

Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan dukungan public setelah Prabowo merilis program kebijakan-kebijakannya. Selain itu juga terjadi penurunan dukungan setelah adanya skandal atau kejadian kontroversial yang terjadi.

Partisipasi Publik

Analisis mengenai partisipasi publik ini adalah untuk melihat sejauh mana masyarakat terlibat dan berpartisipasi dalam diskusi, kampanye atau Tindakan-tindakan terkait isu-isu yang melibatkan Prabowo dalam Pemilu 2024. Adapun hasil analisis tersebut menemukan sebagai berikut:

a. Keterlibatan dalam diskusi online

Analisis menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat aktif terlibat dalam diskusi online terkait isu-isu Prabowo. Forum-forum sosial, grup diskusi, dan komentar di artikel berita menjadi tempat utama di mana masyarakat berpartisipasi dalam berbagai bentuk dialog dan pertukaran pendapat.

Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan jumlah posting dan komentar yang terkait dengan Prabowo di media sosial, dan adanya berbagai pandangan dan argumentasi yang muncul dalam diskusi daring.

b. Partisipasi dalam kampanye online

Temuan menunjukkan bahwa masyarakat turut berpartisipasi dalam kampanye online terkait Prabowo. Partisipasi ini dapat melibatkan pembagian konten kampanye, penggunaan tagar khusus, atau dukungan aktif melalui media sosial.

Hal ini dapat terlihat dari adanya penyebaran hastag kampanye Prabowo yang menjadi tren di platform media sosial, serta adanya keterlibatan aktif dalam kampanye daring, seperti pengumpulan dukungan secara online.

c. Partisipasi dalam aksi fisik atau acara publik

Analisis menyoroti bahwa sebagian masyarakat juga terlibat dalam aksi fisik atau acara publik yang terkait dengan isu-isu Prabowo. Hal ini bisa mencakup kehadiran dalam pertemuan umum, aksi protes, atau partisipasi dalam kegiatan-kegiatan lain di dunia nyata.

Hal ini dapat terlihat dari adanya partisipasi publik dalam aksi unjuk rasa atau demonstrasi yang berkaitan dengan Prabowo, serta adanya masyarakat yang ikut dalam pertemuan umum atau forum diskusi terbuka untuk mendengarkan pidato atau pandangan Prabowo.

d. Respon terhadap kampanye Voter Mobilization

Temuan menunjukkan bahwa kampanye voter mobilization mempengaruhi partisipasi publik. Upaya untuk memobilisasi pemilih, baik melalui pesan-pesan langsung atau melalui media sosial, dapat merangsang partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan terkait Prabowo.

Hal ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah pemilih yang terdaftar setelah kampanye mobilisasi pemilih, serta respon aktif terhadap ajakan partisipasi dalam kampanye “golput tidak sehat” atau kampanye yang serupa lainnya.

e. Peran pendidikan politik

Analisis menyoroti bahwa pendidikan politik memainkan peran dalam meningkatkan partisipasi publik. Masyarakat yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu politik, pemilu, dan peran Prabowo dalamnya cenderung lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik.

Hal ini dapat terlihat dari peningkatan partisipasi public di kalangan masyarakat yang terlibat dalam program pendidikan politik, serta terdapat keterlibatan aktif dari kelompok masyarakat yang memiliki pengetahuan mendalam tentang isu-isu Pemilu 2024.

Isu Prabowo dalam Konteks Participatory Media Culture

Merujuk pada penjelasan mengenai Participatory Media Culture yang melihat fenomena dimana masyarakat secara aktif terlibat dalam memproduksi, distribusi dan konsumsi konten media di era digital dan media sosial saat ini, individu tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga berperan sebagai produsen dan penyebar informasi. Dalam kasus Prabowo, media sosial menjadi platform utama yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi. Dengan menggunakan platform seperti Youtube, Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dan lainnya, orang dapat dengan mudah menyuarakan pendapat mereka, membagikan informasi, dan memengaruhi opini umum.

Isu-isu seperti rekam jejak politik Prabowo, kebijakan yang diusung, atau pernyataan kontroversialnya secara cepat tersebar dan diperdebatkan di ruang-ruang virtual. Partisipatif Media Culture memberikan kekuatan kepada masyarakat untuk merumuskan narasi politik mereka sendiri, memotivasi diskusi, dan mendesak keterlibatan aktif dalam politik

Prabowo menggunakan platform media sosial sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan pemilih, membangun citra dan menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai semua kegiatan dan kampanye pada Pilpres 2024. Selain itu strategi-strategi yang terlihat dilaksanakan oleh Prabowo dalam memanfaatkan media sosial adalah diantaranya:

1. Pemberitaan dan Pengumuman

Prabowo menggunakan media sosial guna mengumumkan niatnya untuk mencalonkan diri, memberikan pernyataan resmi, dan menyampaikan pesan utama kampanyenya.

2. Konten Visual dan Cerita

Posting gambar, video, dan cerita di media sosial dapat membantu membentuk citra Prabowo. Ini bisa termasuk momen-momen kehidupan sehari-hari, kegiatan sosial, dan pencapaian.

3. Kampanye Online

Prabowo membuat kampanye online dengan membuat hashtag khusus, mempromosikan acara kampanye, dan mengajak partisipasi pemilih melalui berbagai tantangan atau kompetisi.

4. Interaksi dengan Pemilih

Parbowo menggunakan media sosial untuk menanggapi komentar, pertanyaan, dan umpan balik dari pemilih, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan memberikan kesan keterbukaan dan responsivitas.

5. Serangan dan Tanggapan

Dalam konteks pemilu, Prabowo menggunakan media sosial untuk merespons serangan dari lawan atau untuk menyampaikan kritik terhadap kebijakan atau pernyataan pesaing.

Isu Prabowo dalam Konteks Social Network Theory

Social Network Theory menyoroti pentingnya jaringan sosial dalam menyebarkan informasi dan membentuk persepsi (Wasserman&Faust, 1994). Dalam hal isu Prabowo, jaringan sosial menjadi faktor kunci dalam penyebaran dan penerimaan pesan politik. Kelompok-kelompok yang terbentuk di media sosial membentuk saluran distribusi yang kuat, mempercepat penyebaran informasi.

Berdasarkan teori ini, individu tidak hanya memengaruhi dan dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya secara langsung, tetapi juga oleh hubungan di dalam jaringan sosial mereka. Isu-isu yang berkaitan dengan Prabowo, baik positif maupun negatif, menjadi pusat perbincangan dalam komunitas-komunitas daring, memperkuat atau merongrong dukungan terhadapnya.

Ketika isu-isu Prabowo berkembang di dunia maya, dampaknya pada partisipasi politik masyarakat sangat terasa. Aktivitas diskusi, kampanye daring, dan dukungan online menciptakan keterlibatan yang lebih besar dari pemilih. Terlebih lagi, Social Network Theory menunjukkan bahwa kelompok-kelompok kecil yang terorganisir di media sosial dapat memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini masyarakat. Jika kita melihat dari segala informasi yang disuguhkan di berbagai platform media sosial mengenai isu Prabowo, masyarakat akan sangat mudah untuk dapat berpartisipasi dalam memberikan opini atau pendapat, serta dapat melakukan diskusi mengenai kegiatan kampanye yang dilakukan Prabowo. Hal ini dapat mendasari terciptanya keterlibatan masyarakat dalam menilai Prabowo dan menjadi pendukung dari Prabowo.

Teori Jaringan Sosial dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis isu-isu politik, termasuk isu pilpres. Dalam konteks pilpres Prabowo di 2024, Teori Jaringan Sosial dapat memberikan wawasan tentang bagaimana berbagai aktor politik, kelompok pendukung, dan elemen-elemen lainnya terhubung dan berinteraksi dalam jaringan politik. Beberapa aspek dimana teori jaringan sosial dapat dihubungkan dengan isu-isu Prabowo di ajang Pilpres 2024, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Struktur Dukungan Politik

Dalam hal ini dapat terlihat dari hubungan antara Prabowo dan partai politik yang mendukungnya, relasi dengan pemimpin partai politik lain yang menjadi koalisi partainya Prabowo, serta jaringan dukungan dari berbagai kelompok dan komunitas.

2. Penyebaran Informasi dan Pengaruhnya

Jaringan sosial yang dibangun dapat dilihat dari bagaimana dukungan untuk Prabowo dapat berkembang melalui jejaring sosial, kelompok masyarakat, atau media daring yang dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Youtube, TikTok, Twitter (X), Facebook, dan lain-lain.

3. Koalisi Politik

Prabowo mempunyai banyak hubungan yang dapat mendukung dirinya pada pemilu 2024, ini termasuk hubungan dengan partai politik, kelompok kepentingan, dan individu yang secara terbuka mendukungnya.

4. Keterlibatan Masyarakat

Keterlibatan masyarakat dalam dunia politik dapat dipengaruhi oleh terpaparnya masyarakat oleh informasi melalui media sosial yang digunakan oleh Prabowo dalam menyebarkan informasi seputar kegiatan politik dalam berkampanye, sehingga masyarakat cenderung mempunyai minat untuk ikut terlibat dalam kegiatan politik khususnya di kontestasi Pemilu Presiden 2024.

5. Analisis Sentimen

Melalui analisis jaringan sosial, dapat dilakukan pemantauan terhadap sentimen dan opini di media sosial terkait Prabowo dan pemilihan presiden. Ini dapat memberikan wawasan tentang dinamika dukungan dan penentangan. Analisis sentimen masyarakat terhadap Prabowo ini merupakan hasil dari keterlibatan masyarakat dalam menyerap informasi yang diberikan oleh Prabowo melalui platform media sosial, sehingga masyarakat mempunyai kesempatan untuk memberikan penilaian, opini serta pendapatnya mengenai semua, mulai dari karakteristik pribadi Prabowo sampai dengan penilaian terhadap kebijakan ataupun janji-janji politik yang diutarakan oleh Prabowo.

Jika melihat analisis sentimen masyarakat mengenai isu Prabowo ini memang mempunyai kecenderungan yang memiliki penilaian, opini serta pendapat yang mendukung akan sosok Prabowo dalam pencalonannya sebagai Presiden di 2024.

SIMPULAN

Penelitian ini menggali secara mendalam dinamika partisipatif media dan jaringan sosial dalam konteks isu-isu yang melibatkan Prabowo pada Pemilu 2024. Dengan menganalisis persepsi publik,

partisipasi masyarakat dan faktor-faktor yang mempengaruhi penyebaran isu, serta menganalisis berdasarkan pada konsep *Participatory Media Culture* dan *Social Network Theory*, dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki pandangan yang sangat beragam terhadap Prabowo dan isu-isu yang melibatkannya. Dari pendukung yang antusias hingga kritikus yang skeptis, pluralitas persepsi mencerminkan kompleksitas opini di kalangan publik.

Media sosial memainkan peran sentral dalam memfasilitasi diskusi publik seputar Prabowo. Masyarakat aktif berpartisipasi dalam forum online, memberikan kontribusi dalam berbagai bentuk konten, dan memperkuat dinamika diskusi terkait isu-isu politik. Dari aspek partisipasi publik terlihat melalui berbagai bentuk, termasuk keterlibatan dalam diskusi online, kampanye sosial media, serta partisipasi langsung dalam aksi fisik atau acara publik. Keterlibatan ini mencerminkan tingkat energi politik yang beragam di kalangan masyarakat.

Konteks politik, termasuk peristiwa penting dalam pemilu dan respons terhadap kebijakan, memiliki dampak signifikan terhadap penyebaran isu-isu Prabowo. Perubahan dalam sikap partai, keputusan KPU, dan isu-isu nasional atau global memainkan peran penting dalam membentuk narasi dan persepsi masyarakat. Dalam konteks pendidikan politik muncul sebagai faktor kunci yang mempengaruhi tingkat partisipasi publik. Masyarakat yang lebih teredukasi tentang isu-isu politik dan peran Prabowo dalamnya cenderung lebih aktif dalam berbagai kegiatan politik.

Strategi kampanye, terutama melalui media sosial, dan upaya voter mobilization secara langsung memengaruhi partisipasi publik. Kampanye yang kreatif dan melibatkan masyarakat secara aktif dapat memperkuat dukungan dan memotivasi partisipasi dalam Pemilu 2024. Dalam hal perkembangan narasi dan framing isu-isu Prabowo memiliki dampak langsung pada persepsi publik. Pergeseran focus dari kebijakan ke kontroversi pribadi atau perubahan framing melalui media memainkan peran penting dalam membentuk opini masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Allifiansyah, Sandy. (2016). Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 13, No. 2, Desember 2016, 151-164.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). Democracy for Sale? Elections, Clientelism, and State-Business Relations in Indonesia's Decentralized Era. *Critical Asian Studies*, 51(2), 236–260.
- Bell, Loader, Pleace & Schuler. (2004) *Cyberculture, The Key Concepts*. London. UK: Routledge.
- Bennet, W.L. & Segerberg, A. (2012). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

- . Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Illinois: MacArthur Foundation.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Mietzner, M. (2013). Money, Power and Ideology: Political Parties in Post-Authoritarian Indonesia. *Critical Asian Studies*, 45(2), 211–235.
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficits: Addressing the Challenges to Sustainability and Consolidation*. Oxford University Press.
- Puteri, Nova Rachmawati & Mahadian, Adi Bayu. (2019). Isu Sosial Dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Scriptura*, Vol 9, No.1, Juli 2019, 1-8.
- Wasserman, Stanley & Faust, Katherine (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press.