

KONTEKSTUAL

Jurnal Ilmu Komunikasi

- Analisis Pemahaman Mahasiswa Jurnalistik pada Profesi Jurnalistik di Era Digital** 1-10
Alya Fauzira Raynadel, Lita Ananta Putri, Wahyunengsih
- Pemanfaatan Media Presentasi untuk Mengasah Public Speaking Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Kudus** 11-22
Muthi'a Adila Azhar, Primi Rohimi
- Netralitas Media Lokal pada Masa Kampanye Pemilu Presiden 2024 (Analisis Isi pada Rubrik Lampung Memilih, Surat Kabar Harian Lampung Post periode 29 November 2023 – 31 Januari 2024)** 23-33
M.Hafiz Salas Saputra, Noning Verawati, Budhi Waskito, Hanindyalaila
- Pola Komunikasi Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) dalam Diseminasi Informasi Publik** 34-49
Suci Shinta Lestari, Mardalina Dewi, Frety Shinta
- Sosialisasi *E-Voting* pada Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Pringsewu** 50-61
Hariz A'Rifa'I, Darra Ananda, Nanang Trenggono, Andy Corry Wardhani
- Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila** 62-80
M. Ibnu Naufal Maskuri

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962-4169
Volume 4
Nomor 1
Juni 2025

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

Analisis Pemahaman Mahasiswa Jurnalistik Pada Profesi Jurnalistik di Era Digital

Analysis of Journalistic Students' Understanding of the Journalistic Profession in the Digital Age

^{1*}Alya Fauzira Raynadel, ²Lita Ananta Putri, ³Wahyunengsih

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Jl. Ir H. Juanda No.95, Cemp. Putih, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten
15412

*Penulis korespondensi: Telpon. +62 85885695263; e-mail:
alya.fauziraraynadel22@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Jurnalisme digital sejatinya adalah bentuk praktik jurnalisme lama, namun dalam konteks yang baru. M. Deuze (2017) yang melihat praktik jurnalisme digital pada penekanan penggunaan media sosial. Dalam jurnalisme digital, media sosial berfungsi untuk mengumpulkan informasi dan memverifikasi sumber informasi. Dari yang sudah di uraikan penelitian terdahulu dengan penelitian kami dapat di simpulkan yaitu memiliki kesamaan dalam meneliti jurnalistik di era digital, tetapi yang membedakan kami menganalisis Mahasiswa Jurnalistik Di era Digital secara rinci dan detail. Memilih Mahasiswa jurnalistik Sebagai Subjek peneliti. peneliti Memakai Objek yaitu Jurnalisme di era digital Dan Subjek nya yaitu Mahasiswa Jurnalistik. Kami memakai metode kuantitatif. Dengan melakukan penelitian dengan cara menyebarkan angket atau quisioner untuk menjadi metode yang kami pakai, kami memberi angket kepada mahasiswa mahasiswa yang berprodi jurnalistik di berbagai universitas. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana perkembangan mahasiswa di jurnalistik di era digital dan melihat bagaimana perkembangan prospek kerja yang berhubungan dengan jurnalistik di era digital, Kami mendapat referensi untuk membuat penelitian ini dan meneliti ke berbagai mahasiswa dari buku buku para ahli yang menjelaskan tentang jurnalistik di era digital ini.

Kata Kunci: Jurnalistik, Digital

Abstract

Digital journalism is actually an old form of journalism practice, but in a new context. M. Deuze (2017) who looks at the practice of digital journalism by emphasizing the use of social media. In digital journalism, social media serves to gather information and verify the sources of information. From what has been described in previous studies with our research, it can be concluded that they have similarities in researching journalism in the digital era, but what distinguishes us is analyzing Journalism Students in the Digital era in detail and detail. Selecting Journalism Students as Research Subjects. The

Alya, Lita dan Wahyueningsih

researcher uses the object, namely journalism in the digital era, and the subject is journalism students. We use quantitative methods. By conducting research by distributing questionnaires or questionnaires to be the method we use, we give questionnaires to students who study journalism at various universities. This study aims to find out how the development of students in journalism in the digital era and see how the development of job prospects related to journalism in the digital era. this digital.

Keywords: *Journalism, Digital*

INTRODUCTION

Waluyo, Djoko The results of his research are In following the development of communication technology, journalism in the digital era captures growing opportunities, including media convergence and transforming itself into online media in the digital era. Media theories in the world become the foundation and source of philosophy to build news directions based on the politics of editorial reporting from the media. Journalism practiced by journalists relies on regulations, journalistic codes of ethics and also the development of public views from the consequences of the times with the advent of the digital era. The digital era has brought changes to conventional journalism practices to become digital media journalism which is characterized by fast news processing, fast distribution to reach the audience and can be trusted. Online media or cyber media that can be trusted have verified the institution at the Press Council and acted as the official cyber media. Today's digital era has provided opportunities for the media to immediately transform into cyber media with the form of media corporations becoming media convergence.

Khaer et al (2021) This study suggests that the biggest challenge for journalists in the digital information era is identical to the competition between mainstream media and new media, in this case online media. The party who has felt a significant impact with the presence of online media is journalism, which of course already has a new channel for disseminating information and news. traditional media which at the time of its birth did not use internet channels in the practice of news production now inevitably have to follow the flow of online media if they do not want to be abandoned by their audience. The new type of journalism that has emerged, namely online journalism, followed by the development of citizen journalism, has made the mainstream media worried about its existence, although not many traditional media are open to new concepts. To survive, conventional media must be able to maintain credibility and trust in the information presented. This credibility and public trust can only be built by the professional spirit of journalists who uphold journalistic ethics, namely to present well-verified factual information. This is a strong bid for the print media to become viable. The media industry, especially the print media, must make changes if it does not want to be marginalized. One of them is a change in strategy that must be done so that the print media can survive. Print media must be able to define itself from the media. Print media can not only paper. Strength and value don't just come from content control and distribution. Another strategy carried out by the print media is to integrate the contents of newspapers into electronic tablets.

Choliq (2022) This researcher states that in the study of law and mass media, morals and ethics are linked to the obligations of journalists, such as; the implementation of the journalistic code of ethics in every journalistic activity, is subject to legal institutions and regulations to carry out with good etiquette as stipulated in the law which is a set of principles and rules that are generally accepted and approved by the community. In this regard, ethical principles for the journalism profession provide a legal basis for the orderly management of media reporting in the relationship between legal subjects.

Haspiaini (2020) The purpose of this study is to find out how much interest in becoming an online journalist is among journalism students at National universities. This study uses a quantitative descriptive method with survey techniques starting from observations and questionnaires. The results of the study found that a strong interest in becoming an online journalist motivated learning to write news activities. This is an interesting thing for students who are considered very suitable for their choice of choosing a journalism concentration. This statement can be seen from the results of the 41.5% questionnaire. This means that interest is a tendency of the heart or liking and encouragement in students by devoting attention, feelings and willingness to an environment, namely the concentration of journalism which has meaning for him (can be fun) to become an online journalist, which really depends on his own talent. the student in a concentration environment, as a social motive. someone's interest. influenced by internal factors that come from within himself in accordance with his development, and external factors, namely things that come from outside a person such as environmental conditions.

Mahamad, Fauzi (2021) Based on the results of the research and discussion of this researcher, it shows that the results of his research The transformation of journalism in the digital era occurs in four things, namely: the way journalists work in finding information, the nature of news content, the organizational structure of the media in the newsroom: and the nature of the media. the relationship between the media, reporters and a number of publics such as audiences. And also Stated about the challenges of digital journalism in the digital era is in terms of presenting quality and good information to the public. Likewise with the proliferation of information circulating through social media and the truth is not necessarily confirmed or is still speculative. In addition, the speed factor can be a weakness if the information that is immediately published is not supported by data accuracy. Mistakes that often occur in the world of digital journalism are related to the accuracy, quality and credibility of the information submitted, because they are chasing speed so they are trapped in conveying unverified information.

The reason the researcher chose the Object of Analysis of Journalistic Understanding in the Digital Age, namely Journalism in this digital era is very wide in the world, almost the whole world is centered on applications and websites that do contain news sources where people see news digitally and modernly, namely using internet access where everything born or made with children. journalism and that is what the journalist profession does. Because many people misunderstand the journalistic profession, many underestimate the journalistic profession that does not have good job prospects. Those who criticize journalists do not know that all media and news information is the child of journalism who gets it. That is one of the reasons I chose this topic for my research and another reason is that I want to create a website or the latest info on journalism in this digital era which is already very sophisticated and developed, so there is no need to bother to get accurate news.

Selecting Journalism Students as Research Subjects. Journalism students are more defined as those concerning journalism and newspapers, journalism students define journalism as skill in composing. Journalism is related to newspapers and vocational arts related to news and newspapers. Journalism in this modern era is increasing in demand because journalism is a study program that has job prospects regarding the digital and modern era, according to Adinegoro "journalism studies the ins and outs of news broadcasting in various press media, including in theater, film, or meetings". Basically, journalism students have a goal to produce news, journals, and preach them.

The basic theory that supports this research is as follows, R. Salaverria (2019) which explains digital journalism as all forms of journalism activities that utilize digital resources. Salaverria sees the term digital journalism more than the use of digital technology by

journalists. Based on his research for 25 years, the evolution of digital media is marked by how the media explores forms and strategies for using digital platforms to publish information.

Another understanding comes from M. Deuze (2017) who sees the practice of digital journalism by emphasizing the use of social media. In digital journalism, social media serves to gather information and verify the sources of information. Deuze also equates digital journalism with storytelling of information through the use of digital devices and merging channels or platforms. Digital journalism can also be interpreted by looking at the pattern of journalism activities after the emergence of digital technology.

This theory put forward by Malik and Shapiro (2017) mentions several patterns that can identify the existence of digital journalism. The first is the interactivity between producers and audiences. Second, the creation of collaboration between field journalists and news writers. Third, there is convergent publication as a consequence of the use of multimedia. Fourth, there is a more pronounced impact as a result of a more global pattern of content distribution, namely through the internet.

K. Kawamoto (2003), digital journalism is actually an old form of journalism practice, but in a new context. He views digital journalism as a synthesis of tradition and innovation in the field of journalism. He said this because actually journalism is an old practice and has been defined since the emergence of *Acta Diurna*. So the working principle of journalism will always be the same, regardless of the context or media used. That is, digital journalism is about developing the resources involved in news production including the tools used, not the content or value of the news. With the use of digital resources, audiences will be able to access various genres of information in a more developed format and provide a more interactive exploration experience than traditional news formats.

According to Onon U. Efendi, the notion of journalism is a technique for managing news from obtaining material to disseminating/publishing it to the general public.

According to Adinegoro, the theory put forward is cleverness in composing which basically informs the public as quickly as possible (as soon as possible) so that it is disseminated as widely as possible.

Erik Hodgins is sending information from here to there carefully, quickly and correctly in order to defend justice and truth.

According to A.W. Widjaya is a communication activity carried out by spreading news about factual and actual daily events or events in a fast time.

According to M. Ridwan, journalism is a practical skill in collecting, editing news for reporting in magazines, newspapers or other publications.

According to F. Fraser Bond, journalism is all forms of making and reviewing news to a team of news observers.

Based on the explanation above, the formulation of the problem determined in this study is what are the views of Journalism Students regarding the journalism profession in this digital era. What makes this journalistic student must be enthusiastic in pursuing the journalism profession in the digital era. Therefore, this study has the aim of knowing the views of Journalism students on Journalism Study Programs in the Digital Era as learning materials for research and readers in writing a study.

RESEARCH METHOD

Research 'Analysis of Journalism Students' Understanding of the Journalism Profession in the Digital Age' We use quantitative methods. According to Sugiyono (2018; 13) quantitative data is a research method based on positivistic (concrete data), research data in the form of numbers that will be measured using statistics as a calculation test tool, related to the problem

being studied to produce a conclusion. By conducting research by distributing questionnaires or questionnaires to become the method that the researcher uses, the researcher gives questionnaires to students who study journalism at various universities. Researchers are looking for social media for journalism students at various universities to fill out research questionnaires on Student Understanding analysis.

Journalism Study Program in the Journalism Profession in the Digital Age. To find out how the development of students in journalism in the digital era and see how the development of job prospects related to journalism in the digital era, we got references to make this research and researched various students from books of experts who explain journalism in this digital era.

RESULT AND DISCUSS

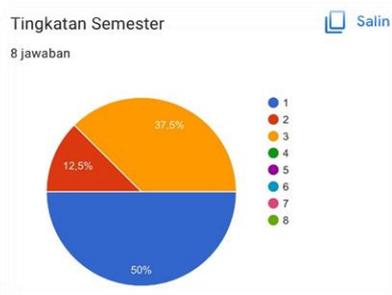
The total respondents in this study were 7 students from 4 semester 1 students, 1 semester 2 student, 3 semester 3 students and from the Department of Journalism, Undergraduate Program and University of UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta State Polytechnic, Bogor Agricultural University.

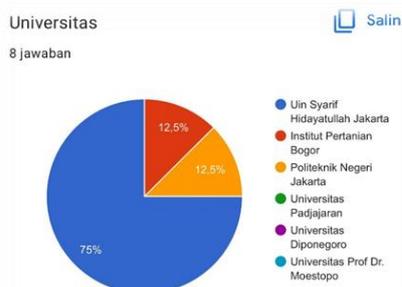
Tabel 1 Description of Research Respondents

University	Study	Semester Level
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	3
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	1
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	3
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	2
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	1
UIN Syarif Hidayatullah	Jurnalism	3
Politeknik Negeri Jakarta	Jurnalism	1
Institut Pertanian Bogor	Studi Komunikasi	1
Total		15

That's the table description of filling out the Questionnaire 'Analysis of Journalism Students' Understanding of the Journalism Profession in the Digital Era'

Next, the researcher shows the Diagram Diagram of the Questionnaire.





This study has several questions regarding the understanding of Journalism Students in Journalism Study Programs in the Digital era, here are some questions from the Questionnaire. What is your opinion as a journalism student in the face of changes in this digital era? What is your view as a journalism student on journalism in today's digital era? In this day and age, why is the Journalism Study Program a reference in work related to this digital or modern era! What do you think? What causes these Journalism Students to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Questions were given to respondents for research as questionnaire data.

The following are some of the answers to the research questionnaire 'Analysis of Journalism Students' Understanding of the Journalism Profession in the Digital Era'.

First Respondent First Question: What is your opinion as a Journalism student in the face of changes in this digital era? Answer: I think I really enjoy it, the purpose of enjoying here is not that I forget the past and prioritize the present, but with this digital change, some of my work is made easier with this digital change. Second question: What is your view as a student of journalism on journalism in today's digital era? Answer: My view on journalism in this digital era should be that there should be no more delays in publishing news, especially for television stations. But what we must pay attention to in this digital era is that there are many hoax news circulating, and we as journalism students must be able to distinguish which news is original, and which news is hoax. Third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: In my opinion, of course it is not only my journalism that is the reference in work in this digital era, there are still many jobs out there besides journalism related to this. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: In my opinion, one of the causes is the digital change, how do these journalism students use existing digital facilities to make their work easier, but the point that must be emphasized is that it is okay for us to use digital facilities today as long as they know its limitations, and its code of ethics. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: My best way, as I mentioned above, is using digital facilities that exist today. Sixth Question: In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: In my opinion, it still has to be maintained, because it is not necessarily outside the city of Jakarta that they can enjoy the digital changes that are here.

The second respondent is the first question: What is your opinion as a journalism student in the face of changes in this digital era? Answer: Can adapt to the times. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer:

Starting to have a significant development. Third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because it can lead to speech skills in spreading the word. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: In order to provide clear information about the development of the times. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: Continue to monitor developments With the passage of time, which is increasingly modern. Sixth Question: In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: Newspapers are no longer needed because they can get information through cellphones.

Third Respondent, First Question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: In my opinion, the changes in this digital era contain many positive and negative elements, the positives such as being easier to get information on various social media, the negatives are that it is easier to get the latest news, but there are still unscrupulous people who use it to make news lie or (hoax). Second question: What is your view as a journalism student towards journalism in today's digital era? Answer: In my view, I really like the developments in this digital era because it makes it easier for people to get information related to current news. The third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because the journalism study program has the prospect of field work, and the journalism study program also explores the role of a journalist who provides his latest news through the mass media which is now easier to get. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: The more advanced the times, the more advanced the development of technological developments, which makes journalism students have to be more creative in carrying out job prospects. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: The solution to survive is to develop, and increase creativity so as not to be left behind. Sixth Question: In this digital era, do we still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: I think it's okay sometimes, because there are certainly many people who miss old school media such as radio, but they should be able to increase their creativity so that listeners don't get bored.

Fourth Respondent, First Question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: In my opinion, this digital era is a very competitive era because in this digital era, many workers have been replaced by robotics due to the sophistication of the current era. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer: My view in this era is that everything is getting more practical and sophisticated. Third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because this journalism study program learns many skills, it is needed. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: Because our rivals are not fellow humans, but robots who are tireless. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: Always update anything on social media. Sixth Question: In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: Still!!! Because that's the basics.

Fifth Respondent, First Question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: My opinion is in the changes in the digital era, over time there are many hoax news circulating widely, but with fact checking, the news circulating will be more certain of the truth. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer: Journalism in today's digital era is an era where journalism is becoming more advanced because it is supported by adequate digital tools. The third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because journalism has a lot to do with digital or modern things, starting from online news to print media, a journalist can also create. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: As the digital era advances, students must follow the flow of their era, starting from making news through print media to digital media. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: Students must keep up with the times because now the era in the digital era has progressed very quickly, if it doesn't keep up with the times, the news presented will be left behind or too late to be reported. Sixth Question: In this digital era, do we still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: It is still needed because to get accurate and precise information, it takes a journalist to interview eyewitnesses so that the news can be trusted.

The sixth respondent, the first question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: everything becomes easier. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer: happy, but not really. There are some things that are difficult to do, and humans are becoming too dependent on digitization. The third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: because nowadays everything is spread over the internet, and it becomes an opportunity for journalists. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: Journalists must be faster and more accurate in providing information, because even ordinary people can easily disseminate information. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: Keep trying to go hand in hand with technological developments and times. Sixth Question: In this digital era, do we still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: not at all.

Seventh Respondent, First Question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: Adapt according to the changes. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer: Nowadays, there are many journalism professions because they are in line with the development of technology and mass media and social media. Third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because journalism is important for the digital era. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: Because if we don't move forward we are behind the times. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: Keep updating and following developments in journalism. Sixth Question: In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: Still, because almost everyone carries out their activities in their electronic devices.

Eighth Respondent, First Question: What is your opinion as a student of journalism in the face of changes in this digital era? Answer: In my opinion, in this digital era, there are very rapid changes, many mass media are now easier to get information. Second Question: What is your view as a student of journalism towards journalism in today's digital era? Answer: In my opinion, there are many changes that have been experienced by journalism in the digital era that have triggered the attention of many people to read. Third question: In today's era, why is the Journalism Study Program the reference in work related to this digital or modern era! What do you think? Answer: Because the journalism study program has a lot of creativity, it triggers people who don't like to read to be curious about the news that is conveyed. Fourth Question: What is the reason why these Journalism students have to be more advanced in the era of the digital era? Give Your Opinion! Answer: because many people are interested in journalism, and of course journalism students have to go ahead and create a lot of creativity. Fifth question: What is your best solution or way to survive as a journalism student so you don't get left behind in this digital era? Answer: by increasing knowledge and adding insight to create more creativity. Sixth Question: In this digital era, do you still need journalists, newspapers or radio and other ancient electronic devices to get the latest/updated information? Answer: I still think so, because this is a challenge for journalism students to continue to grow even though they have to work with old media.

CONCLUSION

Based on data analysis from several previous researchers, it can be concluded that the understanding of journalism among journalism students significantly influences the journalism profession in this digital era. These journalism students are capable of keeping up with the development of journalism in the digital age. The journalism profession plays many roles in the modern era, as it encompasses media, publishing, and writing—all of which are carried out by journalists. Updated information can be produced through journalism programs. Many journalism students also hope that communication and technology will continue to advance rapidly, as this will have a positive impact on them in the future, especially after completing undergraduate, master's, or doctoral education. From what has been described in previous studies along with our research, it can be concluded that there are similarities in studying journalism in the digital era. However, what sets our research apart is its in-depth analysis of Journalism Students in the digital era.

REFERENCES

- Khaer, Abu, et al. 2021. "Senjakala Print Media: Challenges of Print Journalism in the Digital Age" Journal: TRILOGY, Science Technology, Health, and Humanities
- Mandasari, Nur Octavi, et al. 2021. "Student Perceptions of Hoax Information in Digital Media" Journal: Language, Literature, Art, and Teaching.
- Choliq, Abdul Dahlan. 2022. "Law, Journalistic Profession and Ethics of Mass Media" Journal: Hukum
- Haspiaini, Nurhasanah. 2020. "Interest in Becoming an Online Media Journalist for Journalistic Students of the National University Communication Study Program" Syntax Literate: Indonesian Scientific Journal.
- Waluyo, Djoko. "The Meaning of Journalism in the Digital Age: An Opportunity and Transformation" Puslibang Aptika and IKP Ministry of Communication and Information RI

Alya, Lita dan Wahyueningsih

Marhamah, Fauzi. 2021. "Journalism in the Digital Age" JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies.



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi
Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962-4169
Volume 4
Nomor 1
Juni 2025

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

Pemanfaatan Media Presentasi untuk Mengasah Public Speaking Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Kudus

Utilization of Presentation Media to Sharpen Public Speaking of Islamic Communication and Broadcasting Students at IAIN Kudus

Muthi'a Adila Azhar¹, Primi Rohimi²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Jl Conge Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, Indonesia, 59322

Email: Muthiaadila25@gmail.com, primirohimi@iainkudus.ac.id

Abstrak

Public speaking merupakan suatu keterampilan penting yang harus dikuasai oleh mahasiswa untuk meningkatkan rasa percaya diri, kemampuan berkomunikasi, dan penyampaian ide secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media presentasi dalam meningkatkan kemampuan public speaking mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kudus. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan dengan fokus pada mahasiswa KPI angkatan 2023 semester 3 yang dipilih dengan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur, kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media presentasi seperti PowerPoint membantu mahasiswa dalam menyusun materi secara sistematis, menarik perhatian, dan meningkatkan rasa percaya diri mereka. Namun, terdapat tantangan seperti masalah teknis dan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan fitur-fitur media. Penelitian ini menyajikan kontribusi berupa model "Pengembangan Public Speaking Berbasis Media Presentasi" yang menekankan penggabungan teknologi dengan keterampilan komunikasi. Kontribusi dari penelitian ini tidak hanya memperkaya teori komunikasi visual, tetapi juga menawarkan solusi praktis untuk pengembangan keterampilan berbicara mahasiswa dalam berbagai situasi.

Kata Kunci: komunikasi visual, media presentasi, pengembangan keterampilan, public speaking

Abstract

Public speaking is an important skill that must be mastered by students to increase self-confidence, ability to communicate, and convey ideas effectively. This study aims to analyze the role of presentation media in improving the public speaking skills of students of

the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI) IAIN Kudus. In this study, a qualitative approach was applied with a focus on KPI students batch 2023 semester 3 who were selected by purposive sampling method. Data were collected through direct observation and semi-structured interviews, then analyzed using qualitative descriptive techniques. The results showed that presentation media such as PowerPoint helped students organize the material systematically, attract attention, and increase their confidence. However, there are challenges such as technical issues and lack of knowledge in utilizing the features of the media. This research presents a contribution in the form of a "Presentation Media-Based Public Speaking Development" model that emphasizes combining technology with communication skills. The contribution of this research not only enriches visual communication theory, but also offers practical solutions for the development of students' speaking skills in various situations.

Keywords: *visual communication, presentation media, skill development, public speaking*

PENDAHULUAN

Manusia selalu berinteraksi dengan satu sama lain sebagai bagian dari hubungan dengan sesama. Melalui komunikasi, individu bisa berbagi pengalaman, menyatakan pandangan, dan mengekspresikan emosi yang sedang dirasakan. Bahasa berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dipakai oleh manusia untuk mengungkapkan ide, pemikiran, dan perasaan kepada orang lain, baik dalam konteks resmi maupun tidak resmi. Kemampuan berbahasa adalah suatu keterampilan yang umumnya diajarkan dan diperoleh sejak pendidikan dasar. Beberapa macam keterampilan berbahasa mencakup mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis. Salah satu keterampilan yang paling penting untuk diajarkan kepada mahasiswa adalah kemampuan berbicara. Berbicara adalah keterampilan yang perlu dikembangkan dan dilatih secara berkelanjutan. Kemampuan berbicara merupakan bagian dari keterampilan berbahasa yang harus dikuasai dengan baik. Karena sebagai makhluk sosial, manusia diharapkan mampu berkomunikasi dengan efektif. (Muhammad Syazali, 2023)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang cepat dalam beberapa tahun terakhir telah menjadikan internet sebagai sarana komunikasi utama yang digemari masyarakat. Hal ini mendorong pergeseran teknologi komunikasi dari cara tradisional ke cara modern dan serba digital. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin cepat setelah internet dapat diakses melalui telepon seluler dan muncul istilah telepon pintar (smartphone). Dengan hadirnya smartphone, fasilitas komunikasi yang disediakan pun semakin bervariasi mulai dari SMS, MMS, chatting, email, browsing, dan media sosial. (Setiadi, 2016). Pemanfaatan teknologi juga pasti membantu orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain. Dengan hadirnya perangkat seperti gadget, tablet, komputer, dan laptop yang terhubung ke internet, setiap individu dapat memanfaatkan teknologi itu untuk melakukan berbagai kegiatan demi memenuhi kebutuhan dan kepentingan mereka seperti menyelesaikan pekerjaan sekolah, mencari informasi, mempermudah tugas, dan lainnya. (Ismatul Maula Hikmah, 2024)

Public speaking, atau kemampuan berbicara di depan umum, merupakan keterampilan berbahasa yang sangat penting untuk dikuasai. Keterampilan ini sangat berguna untuk mengekspresikan diri, mengungkapkan pemikiran, ide, dan hasil refleksi yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Namun, banyak ditemukan mahasiswa yang masih kurang terampil dan kurang percaya diri saat berbicara di hadapan orang banyak. Tingkat kemampuan public speaking mereka yang bervariasi menjadi faktor penyebabnya. Meski demikian, kemampuan berbicara adalah keterampilan yang dapat dimiliki oleh siapa saja dengan berbagai cara, tergantung pada keinginan dan usaha yang terus-menerus, serta dukungan pembelajaran dan doa. (Muhammad Syazali, 2023)

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pentingnya keterampilan public speaking dan pengaruhnya terhadap kemampuan komunikasi di depan umum. (Adi Prasetyo, 2023) dalam penelitiannya yang berjudul *Meningkatkan Keterampilan Public Speaking untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi di Depan Umum* menunjukkan bahwa pelatihan berbicara di depan umum yang dilakukan di kelas dapat meningkatkan rasa percaya diri siswa saat berbicara di hadapan audiens. Penelitian ini mengambil pendekatan komunikasi timbal balik, yang sebelumnya hanya satu arah, untuk memperbaiki interaksi antara mahasiswa dan audiens. Sebagai hasilnya, mahasiswa mampu berinteraksi dengan lebih baik dan merasa lebih yakin saat berbicara di depan orang banyak. (Goeyardi, 2022), dalam penelitiannya berjudul "Penerapan Metode Presentasi untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara pada Mata Kuliah Berbicara Lanjutan 2 Mahasiswa Sastra Cina, FIB UB" menegaskan bahwa penggunaan metode presentasi dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan berbicara mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan pembelajaran aktif, di mana mahasiswa tidak hanya mendengarkan, tetapi juga terlibat langsung dalam proses presentasi yang memotivasi mereka untuk berlatih berbicara di depan publik.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami peningkatan dalam kemampuan berbicara, termasuk percaya diri dan kemampuan untuk menyampaikan ide dengan jelas dan terstruktur. Dengan menggunakan media presentasi, mahasiswa lebih mudah memahami materi dan berinteraksi dengan audiens, yang selanjutnya memperbaiki pengalaman belajar mereka. Hasil ini relevan dengan penelitian tentang Pemanfaatan Media Presentasi untuk Mengasah Public Speaking Mahasiswa KPI di IAIN Kudus, yang bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana media presentasi dapat menjadi alat yang efektif dalam mengembangkan keterampilan berbicara di depan umum.

Untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan umum mahasiswa, diperlukan cara yang kreatif dan menarik sebagai pendukung keterampilan berbicara, terutama bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Salah satu cara yang ampuh untuk meningkatkan keterampilan public speaking mereka adalah dengan menggunakan media presentasi. Pemanfaatan media presentasi membantu mahasiswa KPI merasa lebih yakin saat berbicara di hadapan banyak orang, serta menggunakan berbagai alat bantu visual yang dapat memperbaiki pemahaman pendengar dan membuat penyampaian informasi menjadi lebih menarik.

Menggunakan metode presentasi, di mana tujuan dari pendekatan presentasi ilmiah adalah pembelajaran multiliterasi yang berfokus pada meningkatkan keterampilan berbicara mahasiswa dalam presentasi, terutama presentasi pendidikan, untuk mencapai sasaran pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan umum dari metode presentasi ini diharapkan dapat lebih mendorong dan memotivasi mahasiswa untuk berpartisipasi secara aktif, mengasah rasa percaya diri, serta mengembangkan keterampilan berbicara di depan umum mereka. Hal ini disebabkan oleh adanya dorongan yang timbul secara alami, yaitu karena mereka merasa malu jika teman-teman mahasiswa tidak mampu menyampaikan materi tersebut, atau mahasiswa akan terdorong untuk memperluas pengetahuan dan kemampuan menjawab pertanyaan. (Nita Astuti, 2024) Oleh karena itu, dalam konteks ini, dosen menerapkan pendekatan presentasi untuk membangun keterampilan berbicara di depan umum dan rasa percaya diri mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan berbicara mereka, khususnya di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kudus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk meneliti bagaimana penggunaan media presentasi dapat meningkatkan kemampuan public speaking mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena

memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami fenomena dengan lebih mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek, serta memperoleh pandangan yang lebih luas mengenai pengalaman dan opini mahasiswa terhadap media presentasi. Subjek penelitian terdiri dari mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus yang aktif di kegiatan presentasi, dengan fokus pada cara mereka memanfaatkan media tersebut untuk meningkatkan public speaking mereka. Responden penelitian adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2023 yaitu semester 3, khususnya mereka yang aktif dalam presentasi di dalam maupun di luar kelas. Pemilihan responden dilakukan menggunakan purposive sampling, yaitu memilih mahasiswa yang dilihat memiliki pengalaman relevan dengan topik yang akan diteliti. Subjek penelitian ini yaitu yang bernama Maylinda Natasya Putri, Altruis Fawza Kaaf, dan Wulan Rofifatun Janah.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu observasi langsung dan wawancara semi terstruktur. Dalam observasi langsung, peneliti mengamati sesi presentasi mahasiswa pada saat pembelajaran dikelas untuk memahami bagaimana mereka menggunakan media presentasi dan berinteraksi dengan audiens. Sementara itu, wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai pengalaman mereka, tantangan yang mereka hadapi, dan manfaat yang mereka rasakan dari penggunaan media presentasi. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang beragam dan mendalam mengenai peran media presentasi dalam mengembangkan keterampilan public speaking.

Data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Proses analisis meliputi pengkodean data wawancara dan observasi untuk menemukan tema-tema utama yang relevan dengan penggunaan media presentasi. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil dari observasi dan wawancara untuk memastikan akurasi temuan. Selain itu, member checking diterapkan dengan meminta umpan balik dari responden mengenai temuan awal guna memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman mereka. Pendekatan ini meningkatkan validitas data dan menjamin hasil penelitian yang lebih dapat dipercaya.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan teori komunikasi, terutama yang berhubungan dengan media visual, sekaligus memberikan solusi praktis agar public speaking mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kudus meningkat melalui penggunaan media presentasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar yang penting untuk merancang pelatihan dan kurikulum berbasis teknologi yang lebih terfokus dalam mendukung peningkatan keterampilan komunikasi di perguruan tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Public speaking mengacu pada kemampuan individu untuk berbicara atau menyampaikan informasi dengan efektif dan meyakinkan dihadapan khalayak atau audiens yang lebih luas. Ini melibatkan sejumlah aspek, mulai dari keterampilan menyusun pesan yang jelas dan terorganisir, penggunaan bahasa tubuh yang tepat, hingga kemampuan menyampaikan pesan dengan percaya diri dan menarik perhatian pendengar. Keterampilan public speaking sangat krusial dalam berbagai situasi, seperti pada presentasi umum, pidato, debat, atau bahkan dalam konteks informal seperti diskusi kelompok atau interaksi sehari-hari (Cherry Julida Panjaitan, 2024). Namun, terdapat beberapa orang yang memiliki pandangan negatif dan menghindari keterampilan berbicara di depan umum ini. Sementara itu, sangat penting bagi kita untuk mempelajari cara melakukan public speaking dengan baik agar diterima oleh audiens dan terus mengasah keterampilan ini untuk meningkatkan kemampuan komunikasi yang lebih baik, menunjukkan integritas, serta memperbaiki citra pribadi bagi individu tersebut (Al-Amin Diana, 2023).

Dalam observasi awal, peneliti menemukan bahwa keterampilan public speaking mahasiswa KPI IAIN Kudus masih berada pada level yang perlu diperbaiki. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat kepercayaan diri mahasiswa saat menyampaikan ide atau materi di depan teman-teman atau audiens lainnya. Keterbatasan kemampuan berbicara di depan umum ini tercermin dari ekspresi wajah yang cemas, penggunaan bahasa tubuh yang kurang meyakinkan, atau ketidakmampuan mahasiswa dalam menyampaikan informasi dengan cara yang terstruktur dan jelas. Peneliti menyadari bahwa memperbaiki keterampilan public speaking di lingkungan perguruan tinggi sangat penting untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja dan interaksi sosial yang lebih rumit. Dengan keterampilan ini, mahasiswa dapat menjadi individu yang lebih percaya diri dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam berbagai situasi.

Peneliti mencatat bahwa keterampilan berbicara di depan umum mahasiswa KPI IAIN Kudus menunjukkan variasi yang cukup beragam. Sebagian mahasiswa terlihat memiliki rasa percaya diri yang baik ketika berbicara di depan khalayak, sementara yang lain masih terlihat ragu dan cemas. Hal ini terlihat jelas dari ekspresi wajah yang tegang, gerakan tangan yang tidak teratur, serta pengucapan kata-kata yang sering terputus atau tidak jelas. Di samping itu, sebagian besar mahasiswa lebih banyak mengandalkan bacaan di slide presentasi alih-alih menjelaskan materi dengan cara komunikasi yang interaktif. Dari segi penguasaan alat bantu presentasi, mahasiswa umumnya sudah bisa menggunakan media visual seperti PowerPoint, namun masih terbatas pada penggunaan yang dasar. Slide yang ditampilkan dominan berisi teks, minim elemen visual seperti gambar atau grafik, dan kurang menarik secara estetika. Beberapa mahasiswa juga mengalami kendala teknis, seperti kurangnya pemahaman terhadap fitur-fitur kreatif di PowerPoint atau masalah perangkat seperti proyektor yang tidak berfungsi dengan baik.

Peneliti juga memperhatikan pola interaksi mahasiswa dengan audiens. Sebagian besar mahasiswa belum mampu secara optimal dalam melibatkan audiens selama presentasi. Di sisi lain, respons dari audiens pun bervariasi, mulai dari perhatian penuh hingga kurangnya antusiasme. Observasi ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa sudah terbiasa menggunakan media presentasi, masih ada peluang untuk pengembangan dalam hal kreativitas, rasa percaya diri, dan kemampuan menyampaikan materi secara interaktif. Oleh karena itu, penggunaan media presentasi yang lebih terstruktur dan menarik diharapkan mampu meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum mahasiswa KPI IAIN Kudus secara keseluruhan.

Kondisi ini mendorong peneliti untuk mencoba pendekatan yang sesuai dalam meningkatkan keterampilan public speaking mahasiswa, yaitu melalui pemanfaatan media presentasi. Pendekatan ini dianggap menarik karena menyediakan cara yang inovatif dan efektif bagi mahasiswa dalam belajar keterampilan berbicara di depan umum. Dengan menggunakan media presentasi seperti slide PowerPoint, mahasiswa dapat menyusun materi secara visual, teratur, dan menarik sehingga mempermudah mereka dalam menyampaikan informasi. Diharapkan, melalui pemanfaatan media presentasi, mahasiswa tidak hanya dapat menyampaikan ide dengan lebih percaya diri tetapi juga meningkatkan keterampilan teknis dan kreativitas mereka dalam mengorganisasi materi yang informatif dan menarik.

Keterampilan public speaking adalah salah satu elemen penting yang selalu dilatih oleh mahasiswa, terutama mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Kudus. Dari hasil wawancara, mahasiswa menyadari pentingnya kemampuan ini, khususnya dalam bidang akademis dan profesional. Berbagai pengalaman presentasi, kendala yang dihadapi, serta keuntungan yang diperoleh dari penggunaan media presentasi menggambarkan bagaimana mahasiswa meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum mereka. Dalam pembahasan berikut, temuan penelitian terkait pengalaman, tantangan,

dan strategi peningkatan public speaking melalui media presentasi akan dijelaskan secara mendalam.

Tabel 1 Hasil wawancara dengan mahasiswa KPI

Pertanyaan	Responden 1 (Maylinda)	Responden 2 (Altruis)	Responden 3 (Wulan)
Pengalaman Presentasi	Sering meaksanakan presentasi di saat mata kuliah dan tugas observasi ataupun penyuluhan yang mana itu mengharuskan saya untuk presentasi	Pada saat pembelajaran sering melaksanakan presentasi menggunakan mediapresentasi, awalnya grogi tapi semakin terbiasa seiring waktu	Saya pernah melakukan presentasi didepan umum, hal tersebut merupakan pengalaman yang sangat luar biasa bagi saya dan juga sangat mengasah kecakapan saya dalam public speaking
Perasaan sebelum dan selama presentasi	Sebelum presentasi, biasanya saya merasa gugup, terutama jika audiensnya baru atau topiknya menantang. Kadang ada teman yang tatapannya kurang bersahabat sehingga membuat saya merasa tidak nyaman. Namun, selama presentasi, rasa percaya diri saya meningkat seiring berjalannya waktu, terutama jika teman-teman memberikan respons yang positif.	sebelum melakukan presentasi biasanya saya grogi dan takut klo salah dan setelah presentasi sangat lega selega lega nya	Sebelum presentasi, saya seringkali merasa cemas dan takut melakukan kesalahan. Namun, setelah presentasi selesai, saya merasa sangat lega dan puas
Penggunaan media presentasi mempengaruhi public speaking	Media presentasi seperti slide membantu menyusun ide secara visual dan terstruktur, sehingga mempermudah penyampaian pesan. Namun, media tersebut juga bisa menjadi distraksi jika tidak digunakan dengan tepat.	Media presentasi sangat membantu saya dalam menyampaikan materi. Dengan visualisasi yang baik, pesan yang ingin saya sampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh audiens.	Menurut saya sebuah media dalam presentasi itu sangat membantu saya dalam public speaking, membantu untuk menjelaskan poin" tertentu supaya materi dapat lebih mudah di pahami

Tantangan yang dihadapi saat menggunakan media presentasi	Kadang proyekornya tidak berfungsi, sehingga tidak bisa digunakan untuk menampilkan PPT. Terkadang colokan laptop tidak cocok dengan colokan proyektor kampus. Solusinya mungkin bisa mencetak makalah, lalu membagikan PPT melalui grup jika tidak bisa ditampilkan di depan. Untuk masalah laptop, mungkin bisa meminjam laptop teman.	Terkadang, saya masih kesulitan memahami konteks yang ada di media presentasi. Untuk mengatasi hal ini, saya selalu berusaha mempelajari materi dengan lebih mendalam sebelum presentasi	Kalau tantangan alam media presentasi mungkin tidak ada tapi tantangan dalam diri saya lebih ke rasa minder dalam public speaking
Umpan balik yang diterima setelah presentasi	Umpan balik bervariasi, tetapi biasanya mencakup saran tentang bagaimana membuat materi lebih menarik atau memperbaiki gaya penyampaian. Ada juga pujian terkait cara saya menjawab pertanyaan audiens dengan jelas.	Melalui pengalaman presentasi, saya tidak hanya memahami materi dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan kemampuan public speaking saya	Melalui pengalaman presentasi, saya tidak hanya memahami materi dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan kemampuan public speaking saya
Cara meningkatkan kemampuan public speaking dengan media presentasi	Cara terbaik adalah latihan berulang kali, meminta masukan dari orang lain, dan memperhatikan gaya visual media presentasi agar mendukung pesan yang disampaikan. Menguasai teknologi dan memahami audiens juga sangat penting. jangan lupa harus menguasai materi juga.	Saya percaya bahwa dengan terus berlatih dan belajar, kemampuan presentasi saya akan terus berkembang	Menurut saya hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan public speaking adalah dengan banyak" latihan apa lagi dengan media presentasi kita harus memahami betul media tersebut
Harapan kedepan	Saya berharap dapat terus meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan merespons pertanyaan secara spontan, dan	Saya berharap dapat menerapkan kemampuan presentasi yang saya	Setiap orang memiliki cara berbicara sendiri" namun tidak semua orang bisa public speaking dengan

	menggunakan berbagai media secara kreatif. Selain itu, ingin lebih sering berbicara di forum yang lebih besar atau di depan audiens internasional.	miliki dalam dunia kerja	baik harapan saya untuk masa depan yaitu setiap orang dapat menguasai public speaking dengan baik dan juga bisa menggunakan media" dalam komunikasi
--	--	--------------------------	---

1. Pengalaman Mahasiswa dalam Presentasi

Hasil Data dari wawancara memperlihatkan bahwa pengalaman mahasiswa dalam menyampaikan presentasi sangat beragam, bergantung pada seberapa sering dan jenis kegiatan yang mereka ikuti. Sebagian besar responden, seperti Maylinda, Altruis, dan Wulan, mengungkapkan bahwa mereka telah terbiasa melakukan presentasi, baik dalam kelas maupun dalam aktivitas yang lebih santai di luar kampus, seperti observasi lapangan, penyuluhan, atau kegiatan sosial lainnya. Meskipun mereka telah menjadikan presentasi sebagai bagian dari rutinitas, tantangan terbesar yang mereka hadapi adalah rasa cemas yang muncul sebelum memulai. Maylinda mengungkapkan bahwa ia kerap merasa gelisah, terutama saat harus berbicara di depan audiens baru atau ketika topik yang diangkat terasa sulit atau asing. Dia menyatakan bahwa ketidakpastian mengenai reaksi audiens dan kekhawatiran tentang cara menyampaikan informasi dengan baik sering kali menjadi sumber kecemasan.

Namun, walaupun kecemasan tersebut tak bisa dihindari, Maylinda juga menyatakan bahwa tingkat kecemasannya berkurang seiring dengan berlangsungnya presentasi, terutama setelah ia mulai merasakan positifnya respons dari audiens. Ketika audiens menunjukkan minat atau memberi tanggapan aktif, rasa percaya dirinya mulai meningkat, dan ia merasa lebih nyaman saat berbicara. Wulan pun merasakan hal serupa, mengakui bahwa meskipun ada kecemasan di awal, dengan semakin sering melakukan presentasi, ia belajar untuk mengatasi perasaan tersebut. Wulan menjelaskan bahwa ia kini lebih bisa mengendalikan bahasa tubuhnya dan memilih kata-kata yang tepat, terutama dalam situasi yang membutuhkan improvisasi. Ia juga merasa semakin percaya diri ketika berhadapan dengan beraneka ragam audiens, baik yang dikenalnya maupun yang baru.

Keberhasilan Wulan dalam mengatasi kecemasan tidak terlepas dari pengalaman yang didapatnya melalui berbagai kesempatan presentasi, yang memberinya pemahaman akan pentingnya persiapan dan latihan sebelum tampil di hadapan publik. Ia menyadari bahwa semakin sering ia melakukan presentasi, semakin terbiasa ia berhadapan dengan tekanan atau ketidakpastian yang muncul sebelum serta selama presentasi berlangsung. Pengalaman-pengalaman ini juga mendorong mahasiswa lain, seperti Altruis, untuk merasa lebih percaya diri. Meski demikian, ia juga menyadari bahwa rasa cemas akan selalu ada, tetapi ia kini bisa mengelola kecemasan tersebut dengan lebih baik dengan fokus pada materi yang akan disampaikan dan audiens yang akan diajak berinteraksi.

Secara keseluruhan, meskipun banyak mahasiswa mengalami kecemasan saat melakukan presentasi, pengalaman mereka telah memberikan cara untuk mengatasi perasaan tersebut, sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi mereka di depan audiens. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya pengalaman praktis dan latihan berulang dalam mengembangkan public speaking di depan umum bagi mahasiswa. Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian pesan antar orang secara

tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap setiap reaksi secara langsung baik verbal maupun non-verbal (Nur Maghfiroh Aestetika, 2018)

2. Pengaruh Media Presentasi terhadap Keterampilan Public Speaking

Microsoft PowerPoint adalah software yang sangat populer dan sering digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga perusahaan, untuk membuat presentasi. Program ini memungkinkan pengguna untuk menampilkan beragam teks, gambar, dan video. Meskipun ada perangkat lunak serupa, popularitas Microsoft PowerPoint tetap terjaga. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan keuser-friendly-an program ini. bahwa Microsoft PowerPoint menyediakan banyak fitur yang mendukung penyusunan dan presentasi yang akan disampaikan (Aulia Paramita, 2022).

Media presentasi seperti slide PowerPoint ternyata membantu mahasiswa menyampaikan materi dengan lebih teratur dan lebih mudah dipahami oleh audiens. Altruus berpendapat bahwa visual dalam media presentasi mempermudah audiens menangkap pesan, sementara Maylinda merasa slide membantu mengorganisir ide-ide secara sistematis. Namun, media presentasi juga menimbulkan beberapa tantangan, seperti ketidakpahaman mahasiswa dalam menggunakan media secara efisien, seperti yang dinyatakan oleh Maylinda. Ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk pelatihan khusus dalam penggunaan media presentasi.

3. Tantangan dan Solusi dalam Presentasi

Responden mengidentifikasi berbagai tantangan, terutama dalam aspek teknis. Maylinda, misalnya, menyampaikan bahwa salah satu persoalan yang kerap muncul adalah ketidakberdayaan perangkat proyektor di kampus atau ketidaksesuaian alat yang digunakan dengan materi yang telah disiapkan. Ia menjelaskan bahwa kadangkala proyektor tidak mampu menampilkan materi dengan jelas, atau laptop yang digunakan tidak terhubung dengan baik ke sistem proyeksi. Untuk mengatasi kendala ini, mahasiswa sering kali mencari solusi alternatif, seperti mencetak materi presentasi dalam format hard copy atau membagikan file materi lewat grup online agar audiens dapat mengaksesnya secara langsung. Solusi tersebut tentu dapat membantu penyampaian materi dengan lebih lancar, meskipun tetap menghadirkan tantangan tersendiri bagi presenter yang harus beradaptasi dengan kondisi yang kurang ideal.

Selain itu, Wulan mengungkapkan bahwa ia juga sering mengalami kesulitan dalam memahami konteks visual yang terdapat pada slide presentasi. Ia merasakan bahwa beberapa elemen visual dalam slide tidak cukup jelas atau tidak mendukung penyampaian pesan secara efektif, sehingga memengaruhi cara ia menyampaikan materi kepada audiens. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini, Wulan menyarankan latihan intensif sebelum presentasi agar memastikan bahwa materi dan visual yang digunakan dalam slide dapat dipahami dengan baik. Di samping itu, ia merekomendasikan agar mahasiswa lebih mendalami materi yang akan dipresentasikan sehingga mereka dapat menjelaskan setiap elemen dengan lebih percaya diri, tanpa terlalu bergantung pada visual yang mungkin tidak selalu berfungsi dengan sempurna.

Temuan ini menegaskan pentingnya dukungan yang lebih besar dari institusi pendidikan dalam menyediakan sarana yang memadai dan pelatihan teknis bagi mahasiswa. Sarana yang lebih baik, seperti perangkat proyektor yang selalu berfungsi dengan baik dan ruang presentasi yang nyaman, sangat penting untuk menciptakan pengalaman presentasi yang efektif serta minim gangguan teknis. Selain itu, pelatihan teknis yang lebih mendalam mengenai pemanfaatan alat-alat presentasi, serta keterampilan dalam menggunakan teknologi secara maksimal, dapat membantu mahasiswa mempersiapkan diri dengan lebih baik dan mengatasi tantangan teknis yang mungkin muncul selama presentasi.

4. Umpan Balik dan Dampaknya terhadap Keterampilan

Umpan balik adalah informasi yang dikirim balik dari penerima kepada pembicara. Dalam interaksi sosial, umpan balik biasanya selalu terjadi secara langsung. Ini seringkali bersifat cepat, jelas, dan terus-menerus. Hubungan yang langsung antara sumber dan penerima merupakan bentuk yang unik bagi komunikasi antarpribadi. Ini yang dinamakan *simultaneous message atau co-stimulation* (Nur Maghfiroh Aestetika, 2018). Umpan balik yang diperoleh oleh mahasiswa, baik berupa masukan maupun penghargaan, merupakan elemen krusial dalam meningkatkan kemampuan presentasi. Maylinda menyatakan bahwa masukan mengenai konten dan cara penyampaian sangat bermanfaat untuk memperbaiki mutu presentasi. Di samping itu, Altruis merasa bahwa pengalaman menjawab pertanyaan dari penonton memperkuat keterampilan berpikir kritisnya.

Seiring dengan hasil wawancara yang sudah dijelaskan, di mana mahasiswa KPI IAIN Kudus mengungkapkan tantangan dan pengalaman mereka dalam mengembangkan kemampuan public speaking, langkah-langkah persiapan yang tepat menjadi aspek penting untuk meningkatkan public speaking di hadapan orang banyak.

1. Persiapan

Dalam konteks ini, (Fitroh Arofah, 2024) menyampaikan beberapa prinsip dasar yang bisa membantu pembicara mempersiapkan diri dengan baik. Selanjutnya, akan dibahas beberapa faktor utama yang harus diperhatikan saat mempersiapkan presentasi, serta langkah-langkah yang bisa diambil untuk menjadi pembicara yang lebih efektif dan percaya diri.

a. Rancang Poin Utama

Identifikasi hal-hal pokok yang ingin Anda sampaikan dalam presentasi. Pastikan presentasi Anda tetap terfokus dan relevan dengan topik utama.

b. Susun Materi Presentasi

Susun materi presentasi secara tertata dan sistematis. Mulailah dengan pembukaan yang jelas, lanjutkan dengan bagian inti yang mendalam, dan akhiri dengan kesimpulan yang mudah dipahami.

c. Rancang Pembukaan, Kesimpulan, dan Transisi

Ciptakan pembukaan yang menarik perhatian agar audiens tertarik, kesimpulan yang singkat dan jelas, serta transisi yang lancar antar bagian presentasi, agar audiens tidak kebingungan.

d. Pilih Kata-kata yang Tepat

Pilihlah kata atau kalimat yang sederhana dan langsung mengkomunikasikan pesan Anda. Pastikan kata-kata yang Anda gunakan kuat dan sesuai untuk menyampaikan gagasan Anda.

e. Latih Presentasi Anda

Berlatih sangat penting untuk keberhasilan presentasi. Latihlah berulang kali dan rekam diri Anda sendiri untuk mengevaluasi serta memperbaiki cara berbicara, gerakan tubuh, dan ekspresi wajah Anda.

f. Pertahankan Kontak Mata

Saat berbicara di depan audiens, pastikan untuk menjaga kontak mata. Arahkan pandangan Anda ke berbagai arah di antara audiens, jangan hanya fokus pada satu titik atau beralih ke tempat lain, agar mereka merasa lebih terhubung dengan Anda.

2. Latihan

Menurut (Goeyardi, 2022), ada beberapa aspek yang harus diperhatikan sebelum melakukan presentasi

- a. Menciptakan presentasi yang efektif, Dengan berlatih anda dapat mempersiapkan diri untuk menyajikan presentasi dengan lancar dan efisien.
 - b. Memahami alur presentasi
Latihan memungkinkan Anda mengatur alur presentasi, sehingga ide-ide Anda dapat mengalir dengan logis dan tidak terputus.
 - c. Menerima umpan balik, Latihan juga memberikan kesempatan untuk mendapatkan saran dari orang lain, yang dapat membantu Anda memperbaiki kekurangan atau kelemahan dalam penyampaian materi.
3. Siap Presentasi
- Selain latihan, (Goeyardi, 2022) juga menjelaskan ada beberapa hal yang perlu disiapkan sehari sebelum presentasi agar berjalan lancar, di antaranya:
- a. Berlatih presentasi sehari sebelumnya, Luangkan waktu untuk berlatih presentasi sehari sebelum agar Anda merasa lebih siap dan percaya diri.
 - b. Pastikan peralatan mendukung presentasi, Periksa semua alat yang dibutuhkan, seperti proyektor, laptop, dan mikrofon, untuk mencegah masalah teknis saat presentasi.
 - c. Datang lebih awal, Tiba lebih awal di lokasi presentasi memberi Anda kesempatan untuk beradaptasi dengan tempat dan menyiapkan semua hal.
 - d. Perhatikan penampilan, Penampilan yang rapi dan sesuai dapat menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan diri Anda.
 - e. Jangan berdiri di belakang meja, bergeraklah dekat dengan audiens, Usahakan untuk mendekati audiens dan hindari berdiri di belakang meja yang dapat menghalangi interaksi langsung.
4. Saat Presentasi
- Saat presentasi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut (Goeyardi, 2022) agar berlangsung baik:
- a. Nyatakan tujuan di awal dan ulangi di akhir presentasi, Sampaikan tujuan presentasi di awal agar audiens tahu apa yang akan mereka pelajari, dan ulangi di akhir untuk mengingatkan pesan utama.
 - b. Memperhatikan sikap dan menghindari kebiasaan tidak baik, Pertahankan sikap profesional dan hindari kebiasaan yang mengganggu, seperti bermain dengan tangan atau berbicara terlalu cepat.
 - c. Libatkan audiens dalam proses, Cobalah untuk mengikutsertakan audiens, misalnya dengan mengajukan pertanyaan atau meminta pendapat mereka, agar presentasi lebih interaktif.
 - d. Mulailah tepat waktu, Mulailah presentasi sesuai jadwal agar audiens tidak merasa terganggu dan dapat mengikuti dengan baik.
 - e. Hindari kritik terhadap hal-hal di luar topik, Tetap fokus pada topik yang Anda bahas dan hindari mengkritik hal-hal yang tidak terkait dengan presentasi.
 - f. Jangan membaca catatan secara harfiah, Usahakan untuk tidak membaca catatan dengan kata-kata persis, tetapi sampaikan ide-ide utama secara alami.
 - g. Menarik perhatian audiens, Gunakan metode yang menarik, seperti humor, cerita, atau pertanyaan, untuk menjaga fokus audiens.
 - h. Berhenti sejenak, Jangan ragu untuk berhenti sejenak agar audiens memiliki waktu untuk memproses informasi dan merenungkan poin penting.
 - i. Ajukan pertanyaan kepada audiens, Mengajukan pertanyaan langsung pada audiens dapat membuat mereka merasa lebih terlibat dalam presentasi.
 - j. Gunakan papan tulis untuk memperjelas, Jika perlu, gunakan papan tulis atau flip chart untuk menggambar atau menulis poin yang mendukung penjelasan Anda.
 - k. Variasikan nada suara, Ubah intonasi suara Anda untuk membuat presentasi lebih menarik dan tidak monoton, agar audiens tetap tertarik.

Presentasi terbagi menjadi beberapa kategori, sebagaimana diuraikan oleh (Davidson, 2003) dalam bukunya "The Complete Guide to Public Speaking".

1. presentasi yang memotivasi (*Inspirational Presentation*). Jenis presentasi ini bertujuan untuk membangkitkan perasaan. Pesan yang disampaikan memiliki pengaruh yang mendalam dan berpotensi memengaruhi pendengar dalam jangka waktu yang lama. Presentasi ini disampaikan dengan penuh emosi dan biasanya menginspirasi empati serta imajinasi dari seluruh audiens. Setelah mengikuti presentasi ini, pendengar akan merasa bahwa masa depan bisa lebih baik daripada hari ini.
2. Presentasi penggerak (*Motivational Presentation*). Tujuan presentasi motivasi adalah memberikan dorongan kepada pendengar. Fokusnya terletak pada pencapaian target dalam waktu yang lebih singkat. Presentasi ini berisi strategi khusus untuk menyelesaikan masalah dengan cepat serta mendorong pendengar untuk berpikir dan bertindak secara cepat dan tepat. Pembicara memberikan rekomendasi spesifik dan seringkali informasi detail tentang bagaimana peserta dapat mencapai keberhasilan. Presentasi motivasi juga lebih berorientasi pada tindakan.
3. Presentasi edukatif (*Instructional Presentation*). Presentasi ini dilakukan dalam konteks pendidikan. Presentasi edukatif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berfokus pada pengembangan sikap, karakter, dan keterampilan peserta.

Dalam konteks interaksi antara pembicara dan audiens, terdapat dua jenis presentasi:

1. Presentasi langsung, yang melibatkan pertemuan tatap muka antara pembicara dan pendengar dalam satu ruang dan waktu yang sama. Pembicara dan pendengar dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan langsung.
2. Presentasi tidak langsung, yang terjadi ketika pembicara tidak berada dalam ruang dan waktu yang sama, serta tidak ada interaksi langsung antara mereka. Contoh dari ini adalah mahasiswa yang menonton presentasi materi kuliah yang disiapkan oleh dosen melalui video yang dapat diunduh. Meskipun mahasiswa dapat menyimak materi tersebut, mereka tidak dapat bertanya langsung kepada pembicara. (Fitroh Arofah, 2024).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Media presentasi terbukti sebagai alat yang efektif untuk mengembangkan ketrampilan public speaking bagi mahasiswa KPI di IAIN Kudus. Penggunaan media ini membantu mahasiswa dalam menyampaikan gagasan atau ide dengan cara yang terstruktur, visual, dan menarik, yang meningkatkan rasa percaya diri, keterampilan merancang struktur penyampaian yang jelas, serta interaksi dengan audiens. Temuan ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan umum. Pendekatan "Pengembangan Public Speaking Berbasis Media Presentasi" memberikan kontribusi baru, mengintegrasikan penguasaan teknologi dengan keterampilan komunikasi sebagai strategi yang praktis untuk meningkatkan kemampuan berbicara.

Implikasi teoretis dari hasil ini memperkuat teori komunikasi visual, yang menekankan pentingnya media visual dalam memperkuat pesan lisan. Dari segi metodologis, pendekatan ini bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya tentang hubungan antara teknologi dan public speaking. Peluang penelitian di masa mendatang mencakup analisis dampak media presentasi terhadap audiens yang lebih luas atau penggunaannya dalam konteks profesional. Secara praktis, penggunaan media presentasi secara berkelanjutan sangat dianjurkan dalam program pelatihan public speaking untuk membantu mahasiswa dalam mengasah kemampuan berbicara secara lebih efektif dan profesional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aestetika, N. M. (2018). Buku ajar komunikasi interpersonal. *Umsida Press*, 1-106.
- Davidson, J. (2003). *The complete guide to public speaking*. Breathing Space Institute.

Jurnal

- AGUNG, K. F. L. (2022). MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN AUDIOVISUAL PADA TAMAN KANAK. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat Vol*, 5(03).
- Arofah, F., & Suryandari, M. (2024). Penataan, Persiapan Dan Penampilan Presentasi Dalam Public Speaking Dengan Sebuah Pendekatan Sistematis. *JURIHUM: Jurnal Inovasi dan Humaniora*, 1(5), 694-700.
- Astuti, N., Muntaqo, R., & Farida, N. (2024). Metode Presentasi Untuk Membangun Keterampilan Public Speaking Dan Kepercayaan Diri Siswa Dalam Pembelajaran PAI di SMAN 1 Mojotengah Wonosobo. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(2), 35-44.
- Diana, A. A., Hasanah, H. I., & Suryandari, M. (2023). Meningkatkan Kemampuan Berbicara Di Depan Umum: Strategi Dan Teknik Efektif. *JURIHUM: Jurnal Inovasi dan Humaniora*, 1(4), 667-671.
- Goeyardi, W. (2022). Penerapan Metode Presentasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Mata Kuliah Berbicara Lanjutan 2 Mahasiswa Sastra Cina, Fib Ub. *Praniti: Jurnal Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 2(3), 191-200.
- Hikmah, I. M., Rusnawati, R., Galingging, N. S. B., & Fajarwati, N. K. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 78-91.
- Panjaitan, C. J., Soraya, D., Adelia, M., Syahputri, R. R., Uhusna, R., Siregar, N. H., & Masyitah, N. (2024). Meningkatkan Kemampuan Public Speaking Siswa melalui Media Wayang Kertas. *Catimore: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 27-37.
- Prasetyo, A., Hazmin, G., Muchran, M., & Nugroho, G. S. (2023). Meningkatkan Keterampilan Public Speaking untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi di Depan Umum. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 192-198.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- SYAZALI, M., & SOBRI, M. (2023). UPAYA MENINGKATKAN KETERAMPILAN PUBLIC SPEAKING SISWA MELALUI PENERAPAN METODE SHOW AND TELL. *Jurnal El-Hikam*, 16(1), 70-82.

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962-4169
Volume 4
Nomor 1
Juni 2025

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

**Netralitas Media Lokal pada Masa Kampanye Pemilu Presiden 2024
(Analisis Isi pada Rubrik Lampung Memilih, Surat Kabar Harian
Lampung Post periode 29 November 2023 – 31 Januari 2024)**

**Neutrality of Local Media During the 2024
Presidential Election Campaign Period
(Content Analysis of the 'Lampung Memilih' Section in Lampung Post
Daily Newspaper, November 29, 2023 – January 31, 2024)**

M.Hafiz Salas Saputra¹, Noning Verawati², Budhi Waskito³, Hanindyailaila Pienrasmi⁴

^{1,2,3,4} Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung
Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton., Kota Bandar Lampung,
Lampung 35142 Indonesia
e-mail : m.hafiz.207111125@student.ubl.ac.id

ABSTRAK

Di dalam sebuah negara, media massa memegang peran sebagai ujung tombak pemberitaan, sebab pemberitaan media massa memiliki dampak yang signifikan. Di Indonesia, media massa memiliki karakteristik yang khas, di mana kepemilikan media massa sering kali berada di tangan ketua partai politik, sehingga hal ini menjadi sebuah topik menarik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik, Pendekatan ini sering digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang memerlukan data kuantitatif. Analisis isi pada penelitian berfungsi untuk menganalisis pola-pola dalam teks tertulis atau komunikasi verbal lainnya yang bertujuan untuk memahami struktur, tema, atau pesan yang terkandung. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Rubrik Lampung Memilih pada Surat Kabar Harian Lampung Post menunjukkan bahwa persentase nilai reliabilitas dari setiap unit analisis menunjukkan hasil 0,96%-100%. Pada unit analisis nilai berita, hasilnya nilai berita netral memiliki persentase yang lebih tinggi dibanding nilai berita positif dan negatif, sehingga Surat Kabar Harian Lampung Post menjalankan fungsinya sebagai media massa dengan semestinya. Harian Umum Lampung Post sebagai media massa tetap dapat mengarahkan para pembacanya untuk fokus terhadap suatu peristiwa melalui pemberitaannya. Hal inilah yang dapat dilakukan media massa melalui agenda *setting*.

Kata Kunci: Analisis Isi, Media Massa, Pemilihan Umum

ABSTRACT

Mass media has an important role in conveying election information to the wider public. In a country, mass media act as the forefront of news reporting because their news coverage has a significant impact. In Indonesia, mass media have unique characteristics, with media ownership often in the hands of political party leaders, making this a fascinating topic. This research uses quantitative research methods, focusing on the collection of numerically measurable data. This approach is often used to answer research questions that require quantitative data. Content analysis in this research aims to analyze patterns in written texts or other verbal communication to understand the structure, themes, or messages contained within. The results of this research show that the "Lampung Memilih" section in the Lampung Post Daily Newspaper indicates a reliability value percentage of 0.96%-100% for each unit of analysis. In the news value analysis unit, the results show that neutral news has a higher percentage compared to positive and negative news values, thus the Lampung Post Daily Newspaper fulfills its role as a mass media outlet appropriately. The Lampung Post Daily Newspaper, as a mass media outlet, can still direct its readers to focus on certain events through its reporting. This is what mass media can achieve through agenda-setting.

Keywords: *Content Analysis, General Election, Mass Media*

PENDAHULUAN

Informasi pemilu disampaikan ke masyarakat luas melalui peran penting media massa. Fungsi dari media massa adalah sebagai sumber informasi terdepan dalam memberikan liputan yang mendalam tentang proses pemilu, profil kandidat, program kerja, serta isu-isu yang relevan. komunikasi massa pada hakikatnya adalah proses komunikasi melalui media massa, baik melalui media cetak dan elektronik. Menyampaikan pesan dan Informasi kepada masyarakat secara luas merupakan salah satu fungsi dari media massa. Dengan demikian, pemilih dapat terbantu untuk membuat keputusan dengan berdasarkan informasi yang aktual. media massa juga memainkan peran pengawasan dengan mengawasi jalannya pemilu, melaporkan pelanggaran, dan memastikan netralitas serta objektivitas dalam setiap tahapannya.

Peran utama pada dinamika sosial dan politik di dalam sebuah negara dipegang oleh media massa. Sebagai ujung tombak dalam berbagai aspek informasi didalam kehidupan sebuah negara, media massa memiliki dampak yang signifikan. Sebagai penyedia berita, media massa membantu membentuk pemahaman umum tentang kejadian dan isu-isu penting yang terjadi dalam dan di sekitar negara. media massa membantu mendukung proses demokratisasi dengan menyediakan informasi yang diperlukan untuk partisipasi aktif warga negara dalam pemilihan umum.

Seperti diketahui, media massa di Indonesia memiliki karakteristik yang khas, di mana kepemilikan media massa sering kali berada di tangan ketua partai politik. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri karena media massa idealnya harus bersifat netral dan objektif dalam pemberitaannya. Ketika pemilik media memiliki afiliasi politik, ada potensi terjadinya bias dalam penyampaian informasi yang dapat mempengaruhi opini publik secara tidak adil. Oleh karena itu, penting bagi media massa di Indonesia untuk tetap menjaga profesionalisme dan integritas jurnalistiknya, dengan memastikan bahwa berita yang disampaikan kepada masyarakat didasarkan pada fakta dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan politik pemiliknya.

Surat Kabar Umum Harian koran Lampung Post hadir sebagai koran yang menjadi satu media massa di Lampung yang telah menjadi sumber informasi masyarakat. Fungsi utama dari koran adalah menyajikan berita terkini. Dari berita lokal hingga berita internasional, koran memberikan pemahaman mendalam tentang peristiwa terkini kepada para pembaca. Koran memiliki jadwal teratur dalam penerbitannya, seperti harian, mingguan, atau bulanan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pembaca kestabilan dalam akses terhadap informasi. Sebagai bentuk media cetak, koran atau surat kabar menyediakan informasi, hiburan, dan opini kepada pembaca secara teratur. Koran sering kali memiliki rubrik khusus yang memungkinkan para pembaca untuk fokus pada topik yang mereka minati seperti ekonomi, olahraga, budaya, dan politik.

Pada koran, rubrik politik merupakan bagian yang penting yang dimaksudkan untuk memberikan informasi, pandangan, dan analisis mengenai perkembangan politik terbaru. Informasi perkembangan politik ini mencakup skala di tingkat lokal, nasional, bahkan sampai ke internasional. Koran juga melalui rubrik politik memiliki peran dalam memberikan kritik terhadap kebijakan pemerintah dan tindakan pejabat publik, serta memastikan akuntabilitas dan transparansi dalam pemerintahan. Di dalam rubrik politik, koran akan menyajikan informasi terkait kebijakan pemerintah, perkembangan politik, dan juga peristiwa-peristiwa politik terbaru. Hal ini bertujuan untuk menimbulkan efek Kognitif pada masyarakat.

Koran menyajikan berita-berita terkini tentang pemilihan umum, termasuk perkembangan terbaru, kampanye politik, dan strategi calon. Koran sering memberikan informasi profil para calon dan partai politik yang bersaing. Hal ini termasuk latar belakang, pandangan politik, dan agenda dari masing-masing kandidat dan partai. Selain itu, Koran juga menyajikan artikel opini dan analisis dari para ahli politik dan penulis tamu yang membahas isu-isu terkait pemilu. Koran sebagai media massa di dalam perundangan-perundangan harus bersifat netral harus memastikan bahwa setiap berita yang disajikan tidak memihak pada salah satu calon atau partai. Pemberitaan yang seimbang membantu pembaca untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan adil mengenai pilihan yang tersedia. Pemberitaan harus mencakup semua aspek yang relevan dengan pemilu, termasuk program dan platform politik, rencana kebijakan, serta laporan dari kampanye politik. Pemberitaan harus merinci visi dan misi masing-masing calon. Selain berita, koran juga menyajikan opini yang beragam dari penulis dan komentator yang memiliki pandangan politik yang berbeda. Ini menciptakan ruang bagi diskusi dan pemahaman yang lebih luas.

Dalam Pemilu 2024, salah satu hal yang menarik perhatian adalah keterlibatan Surat Kabar Umum Lampung Post, yang merupakan bagian dari *Media Group* yang merupakan grup perusahaan media di Indonesia yang dimiliki oleh Drs. H.Surya Dharma Paloh, yang juga merupakan ketua partai politik Nasional Demokrat (NasDem). Hal ini menciptakan dinamika yang menarik dalam dunia pemberitaan politik, mengingat posisi Surya Paloh yang memiliki pengaruh besar baik di dunia media maupun politik. Keberadaan Lampung Post sebagai bagian dari Media Group menyyoroti tantangan bagi media massa untuk tetap bersikap netral dan objektif, meskipun ada potensi keberpihakan karena afiliasi politik pemiliknya. Dalam konteks Pemilu 2024, peran media seperti Lampung Post akan sangat krusial dalam memberitakan informasi yang aktual, guna memastikan proses demokrasi berjalan dengan objektif dan netral.

Periode pemberitaan pemilu dari tanggal 29 November 2023 – 31 Januari 2024 dianggap menjadi periode emas pemilu. Hal ini dikarenakan pada periode waktu tersebut merupakan awal hingga mendekati akhir periode masa kampanye. Waktu tersebut merupakan momen yang tepat bagi media massa untuk menyajikan berita-berita pemilu terkini dikarenakan fokus masyarakat yang tertuju pada momentum pemilu yang ditunggu setiap lima tahun sekali.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah media lokal di Lampung bersifat netral selama masa kampanye pemilu 2024 di Indonesia. Dengan ini juga

peneliti ingin melihat netralitas Harian Surat Kabar Lampung Post melalui porsi penayangan berita dari tanggal 29 November 2023 – 31 Januari 2024.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, adalah suatu metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik, Pendekatan ini sering digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang memerlukan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang memiliki landasan filsafat positivisme yang memandang bahwa segala realita itu dapat diklasifikasikan dan terukur. Penelitian ini dilakukan secara terpisah antara kegiatan penelitian dan objek yang diteliti. Proses penelitian juga dilaksanakan dari perspektif “luar” dengan memanfaatkan pengukuran dan analisis statistik, sehingga menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan positivistik.

Pendekatan positivistik adalah pendekatan dalam ilmu pengetahuan yang menekankan pada penggunaan metode ilmiah dan penekanan pada objektivitas, generalisasi, serta penyelidikan terhadap fakta-fakta yang dapat diukur secara empiris. Pendekatan ini berupaya menjawab masalah penelitian melalui pengukuran yang teliti pada variabel-variabel objek yang diteliti, dengan tujuan untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan tanpa terikat pada konteks situasi dan waktu tertentu. Pendekatan ini juga dikenal dengan nama metode tradisional, sebab penggunaan metode ini sudah digunakan cukup lama sehingga menjadi sebuah tradisi dalam penelitian dan sudah memenuhi kaidah-kaidah penelitian ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Hasil dari penelitian ini adalah generalisasi yang berdasarkan pengukuran-pengukuran yang kebenaran hasil penelitiannya didukung berdasarkan validitas cara atau alat yang digunakan selama penelitian.

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif-deskriptif. Penggunaan metode ini peneliti ingin mengkaji secara deskriptif isi berita politik dalam koran Lampung Post selama masa kampanye pemilu 2024. Dalam penelitian ini, jenis data yang diperoleh adalah data kuantitatif yang dianalisis dengan teknik kualitatif, yaitu melalui interpretasi hasil pengkodean. Metode ini diterapkan untuk mengukur fenomena sosial tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami aspek-aspek fenomena atau frekuensinya, yang kemudian hasilnya dapat disajikan dalam tabel frekuensi dan dideskripsikan secara rinci mengenai fenomena sosial tersebut.

Operasionalisasi konsep merupakan proses mengubah konsep abstrak atau teoritis menjadi variabel yang dapat diukur atau diamati secara empiris. Dalam konteks penelitian, operasionalisasi konsep memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang relevan dengan penelitian mereka sehingga dapat mengumpulkan data yang konkret dan dapat dianalisis. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan upaya untuk mengubah konsep atau sesuatu yang abstrak menjadi bentuk yang konkret, sehingga konsep yang telah dioperasionalkan oleh peneliti memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Dalam analisis deskriptif, operasionalisasi konsep lebih banyak menggunakan ukuran yang bersifat nominal. Yang dimaksud dengan nominal adalah bahwa dasar pengelompokannya adalah kategori yang tidak tumpang tindih dan bersifat menyeluruh. Operasional Konsep dalam penelitian ini melalui analisis isi.

Analisis isi, juga dikenal sebagai analisis konten, adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola-pola dalam teks tertulis atau komunikasi verbal lainnya. Tujuan utamanya adalah untuk memahami struktur, tema, atau

pesan yang terkandung dalam materi yang dianalisis. Menurut Eriyanto (2013), Analisis isi didefinisikan sebagai teknik penilaian ilmiah yang digunakan untuk memahami karakteristik konten dan menarik kesimpulan dari konten tersebut, serta bertujuan untuk mengidentifikasi isi komunikasi yang terlihat secara sistematis.

Metode ini digunakan untuk menguraikan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data teks dengan tujuan untuk mengeksplorasi struktur, tema, atau pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat mengeksplorasi hubungan antar konsep, memahami perubahan dalam pemikiran atau sikap, serta mengungkapkan dinamika dalam narasi atau representasi yang muncul dalam materi yang dianalisis. Dengan demikian, analisis isi menjadi sebuah alat penting dalam menyelidiki dan memahami konten teks secara mendalam dalam berbagai konteks, mulai dari riset akademis hingga analisis media dan pemahaman budaya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan lembar pengkodean yang disusun berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mencatat, menyeleksi, dan mengkode data melalui metode analisis isi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini dilakukan dengan menganalisis isi pesan secara sistematis dan kuantitatif. Menurut Kerlinger dalam Simarmata (2014), menjelaskan bahwa Analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis praktik komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif, dengan tujuan untuk mengukur variabel-variabel tertentu. Dengan demikian, terdapat tiga karakteristik utama dalam metode analisis isi, yaitu: objektif, sistematis, dan kuantitatif.

Pada penelitian ini, jenis dan sumber data dipilih dengan berdasarkan kajian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni analisis isi dengan mencari nilai reliabilitas. Fokus pada penelitian analisis isi pemberitaan ini memiliki sumber data dan jenis, yaitu :

(1) Data primer dalam penelitian ini adalah data yang peneliti peroleh dari surat kabar *Harian Umum Lampung Post* yang memuat berita kampanye pemilu di Kota Bandar Lampung pada periode 29 November – 31 Januari 2024. Data tersebut dikumpulkan menggunakan lembar pengkodean yang dibuat oleh peneliti berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencatat, menyeleksi, dan mengkode data yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian.

Rincian sumber data dari harian *Umum Lampung Post* periode 29 November-31 Januari 2023 terbit sebanyak 61 eksemplar. Dengan rubrik *Lampung Memilih* di dalamnya sebanyak 44 eksemplar. Dipilihnya *Harian Umum Lampung Post* ini berdasarkan bahwa *Harian Umum Lampung Post* merupakan bagian dari media group nasional, yaitu *Media Group*. Selanjutnya, sebab *Harian Umum Lampung Post* sudah terbit sejak lama yaitu sejak tahun 1974. *Harian Umum Lampung Post* juga menyediakan rubrik khusus mengenai politik dengan nama rubrik *Lampung Memilih*.

(2) Data sekunder digunakan sebagai pelengkap bagi data primer. Untuk itu, peneliti melakukan studi pustaka guna mendapatkan gambaran teori yang relevan dan sesuai dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, jenis data adalah seluruh pemberitaan terkait Pemilihan Umum di Kota Bandar Lampung pada masa kampanye yang dimuat pada media konvensional *Harian Umum Lampung Post* periode 29 November sampai dengan 29 Desember 2023. Pemberitaan yang ditemukan pada media konvensional tersebut kemudian akan didokumentasikan dan dilakukan analisis oleh pengkodean. Analisis dilakukan dengan berdasarkan unit analisis yang sebelumnya sudah terlebih dahulu ditentukan.

Selanjutnya data akan dikategorisasi dan dianalisis. Pada penelitian ini digunakan tiga unit penelitian, yaitu unit tematik, unit fisik, dan unit referensi. Unit tematik mengacu pada pembagian teks berdasarkan tema atau konsep yang relevan dengan tujuan analisis. Dalam unit tematik, teks dianalisis berdasarkan kesatuan makna yang terkait dengan topik tertentu. Pada

penelitian ini unit tematik digunakan untuk menganalisis topik berita. Selanjutnya, unit fisik adalah pembagian teks berdasarkan struktur fisik atau elemen-elemen formal, seperti kata, frasa, kalimat, atau paragraf. Dalam unit fisik, teks dianalisis berdasarkan bagaimana elemen-elemen tersebut disusun dan berinteraksi satu sama lain. Unit fisik digunakan untuk menganalisis berita pemilu pada masa kampanye berdasarkan waktu dan frekuensinya. Dan terakhir adalah unit referensi dapat didefinisikan sebagai peristiwa, objek, orang, tindakan, dan ide tertentu yang dirujuk oleh sebuah ungkapan yang digunakan untuk menganalisis kategori sumber informasi.

Pengkodean dalam konteks analisis isi mengacu pada proses memberikan label atau kode kepada unit-unit analisis dalam teks untuk memfasilitasi analisis lebih lanjut. Proses ini mencakup pemberian kode atau label pada setiap unit analisis sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mempertahankan objektivitas dan keandalan. Untuk kebutuhan pengkodean menggunakan bantuan dari dua orang mahasiswa dari Universitas Lampung agar terhindar dari bias pengkodean, Selain itu, untuk menjaga kredibilitas dan objektivitas, dilakukan uji reliabilitas pada hasil pengkodean. Penggunaan bantuan dari pengkodeur bertujuan untuk mencapai kesepakatan yang sejalan dengan tujuan yang sama, dengan harapan menghasilkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

Uji reliabilitas dalam statistik digunakan untuk mengukur seberapa konsisten suatu instrumen pengukuran atau alat pengumpulan data. Digunakannya pengkodeur bertujuan untuk memperoleh kesepakatan atau tujuan bersama sehingga diharapkan masukkan reliabilitasnya tinggi. Dengan menggunakan dua orang pengkodeur dalam analisis isi, maka pengukuran tersebut menghasilkan *intercoder reliability*, yaitu jumlah atau tingkat kesepakatan dan kesamaan antara dua atau lebih pengkodeur. Menurut Neuendorf dalam Samiaji (2021), analisis konten telah lama diterapkan di berbagai bidang sebagai alat untuk menganalisis data tekstual dan artefak komunikasi manusia lainnya.

Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien antar pengkodeur dengan rumus reliabilitas yang paling sederhana, yaitu *percent of agreement* yang dirumuskan oleh Holsti (1969) dengan perhitungan :

$$CR = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

Keterangan :

CR = Nilai reliabilitas

M = Jumlah item yang disepakati pengkodeur 1 dan 2

N₁ = Jumlah item yang dikode oleh pengkodeur pertama

N₂ = Jumlah item yang dikode oleh pengkodeur kedua

HASIL DAN PEMBAHASAN

(1) Berdasarkan uraian unit analisis topik berita, hasil penelitian dapat diketahui pada Rubrik Lampung Memilih dalam Harian Umum Lampung Post, berita pada kategori dan lain-lain memiliki jumlah terbanyak diantara kategori berita yang lain, kategori dan lain-lain memiliki persentase 60,61% dengan frekuensi sebanyak 140 berita, kemudian ada berita kategori kampanye dengan persentase sebanyak 19,91% dengan frekuensi berita sebanyak 46 berita, selanjutnya ada kategori berita dukungan yang memiliki persentase sebanyak 11,69% dengan frekuensi berita sebanyak 27, sementara itu berita dengan kategori Tindakan Hukum memiliki persentase terendah dengan persentase sebesar 7,79% dengan frekuensi 18 berita.

Berdasarkan data yang telah dianalisis menunjukkan bahwa topik pemberitaan Rubrik Lampung Memilih Surat Kabar Umum Lampung Post pada periode 29 November 2023-31 Januari 2024 memiliki topik pemberitaan yang cenderung lebih netral. Hal ini ditunjukkan oleh persentase pemberitaan unit analisis dan lain-lain yang lebih dominan. Dimana dalam unit analisis topik berita tersebut, topik berita dan lain-lain lebih banyak memberitakan seputar proses persiapan menjelang pemilu 2024 oleh Bawaslu maupun KPU. Dengan adanya berbagai macam pertimbangan yang dilakukan oleh pihak redaksi maka akan diputuskan untuk mengangkat suatu topik berita tersebut atau tidak. Hal ini berdasarkan dengan keputusan bersama untuk meliput dan membuat suatu berita pada rapat proyeksi, yang mana hasil dari rapat tersebut akan memperoleh berita mana yang akan diliput serta disampaikan seperti pada masa kampanye pemilu serentak di tahun 2024

(2) Berdasarkan unit analisis jenis berita, hasil penelitian dapat diketahui bahwa Rubrik Lampung Memilih pada Harian Umum Lampung Post berita dengan kategori *straight news* memiliki persentase sebesar 80,95% dengan frekuensi berita sebanyak 187 berita, kemudian kategori *soft news* memiliki persentase sebesar 13,42% dengan frekuensi berita sebanyak 31 berita, dan berita dengan kategori *feature* memiliki persentase 5,63% yang memiliki persentase sebanyak 13 berita. Berdasarkan data yang dianalisis menunjukkan bahwa jenis pemberitaan dalam Rubrik Lampung Memilih Surat Kabar Umum Lampung Post didominasi oleh jenis berita *straight news*. Hal ini ditunjukkan oleh persentase diatas, dimana dalam unit analisis jenis berita tersebut, berita *straight news* jauh mendominasi dibanding jenis berita lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan pemilu Surat Kabar Umum Lampung Post didominasi oleh jenis berita *straight news*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, redaksi memilih untuk terlebih dahulu menonjolkan berita *straight news* dibanding jenis berita lainnya. Hal ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau berita yang perlu diketahui segera oleh para pembaca. Berita yang diangkat merupakan peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan

(3) Berdasarkan unit analisis narasumber berita, hasil penelitian dapat diketahui bahwa Rubrik Lampung Memilih pada Harian Umum Lampung Post berita dengan narasumber liputan langsung memiliki persentase sebesar 44,16% dengan frekuensi berita sebanyak 102 berita, kemudian kategori politisi memiliki persentase sebesar 30,30% dengan frekuensi berita sebanyak 70 berita, dan berita dengan kategori intelektual memiliki persentase 25,54% yang memiliki persentase sebanyak 59 berita. Berdasarkan data yang dianalisis menunjukkan bahwa Intelektual menjadi narasumber yang dominan muncul pada Rubrik Lampung Memilih Surat Kabar Umum Lampung Post. Hal ini ditunjukkan oleh persentase unit analisis narasumber intelektual yang lebih dominan. Dimana dalam unit analisis narasumber berita tersebut, intelektual dianggap sebagai narasumber yang berasal dari kalangan akademisi, aktivis, hingga mahasiswa sehingga hal ini menunjukkan bahwa Surat Kabar Umum Harian Lampung Post Netral dalam pemberitaan yang berdasarkan narasumber. Pada unit analisis narasumber, frekuensi pemberitaan yang ditemukan peneliti pada Harian Umum Lampung Post dengan persentase terbesar ada pada kategori liputan langsung yang memiliki nilai persentase sebesar 44,16% dengan frekuensi 102 berita. Porsi pemberitaan dari kategori Intelektual dan Politisi juga sudah diatur dengan pemorsian yang cukup oleh redaksi.

(4) Berdasarkan unit analisis nilai berita, hasil penelitian dapat diketahui bahwa Rubrik Lampung Memilih pada Harian Umum Lampung Post berita dengan nilai netral memiliki persentase sebesar 65,37% dengan frekuensi berita sebanyak 151 berita, kemudian kategori nilai berita positif memiliki persentase sebesar 31,60% dengan frekuensi berita sebanyak 73 berita, dan berita dengan nilai berita negatif memiliki persentase 3,03% yang memiliki persentase sebanyak 7 berita. Berdasarkan data yang telah dianalisis menunjukkan bahwa nilai pemberitaan Rubrik Lampung Memilih Surat Kabar Umum Lampung Post memiliki topik yang nilai berita yang cenderung netral. Hal ini ditunjukkan oleh persentase pemberitaan nilai berita netral yang lebih dominan. Dimana dalam unit analisis nilai berita tersebut, nilai berita netral

lebih dominan, hal ini menunjukkan bahwa dalam nilai pemberitaannya Lampung Post cenderung netral. Secara politik, Harian Umum Lampung Post menyatakan tidak memihak kepada salah satu pasangan calon dalam ajang pemilu capres-cawapres 2024. Lampung Post lebih mengutamakan dan mengedepankan pemberitaan yang akurat berdasarkan data dan fakta yang ada di lapangan. Hal ini membuat Harian Umum Lampung Post dapat menyajikan berita yang fleksibel dan aktual.

Salah satu bentuk pengaturan agenda adalah pada pemberitaan Harian Surat Kabar Umum Lampung Post dalam rubrik Lampung Memilih, pada Sabtu, 2 Desember 2023 dengan berita yang berjudul “Relawan Rumah Gibran Bagikan Nasi Kotak dan Susu”. Pada pemberitaan tersebut, surat kabar memberitakan kegiatan yang bersifat positif dari pendukung paslon nomor 2 (dua) tengah melakukan kegiatan berbagi kepada masyarakat, yang menyebabkan masyarakat menganggap citra paslon nomor 2 (dua) dan pendukungnya tersebut baik dan positif di mata masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya agenda *setting* dari Harian Umum Lampung Post sebagai surat kabar. Ketika media memberikan perhatian besar pada suatu isu politik, masyarakat cenderung lebih memperhatikan dan menganggap isu tersebut penting, maka dari itu tidak mustahil khalayak akan terpengaruh untuk mendukung tokoh politik yang didukung media massa tersebut (Nurudin, 2014). Meskipun pihak media massa menyatakan bahwa mereka hanya memberitakan suatu peristiwa sesuai dengan kejadian yang terjadi. Namun, media massa masih mampu untuk mengiring pembaca untuk memikirkan apa yang telah diberitakan oleh media massa. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesesuaian teori agenda *setting*.

Koran yang bersifat menyampaikan pesan satu arah, yang mencerminkan karakteristik media cetak tradisional di mana informasi disampaikan dari penerbit kepada pembaca tanpa adanya interaksi langsung dan *feedback* secara langsung. Pembaca hanya bersifat pasif dan menerima berita, menganalisis, dan beropini tanpa memiliki kesempatan untuk segera berkomentar atau berdiskusi dengan penulis ataupun penerbit. Hal ini juga terjadi pada Harian Umum Lampung Post yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini. Berita yang disampaikan harian surat kabar ini nanti akan diterima begitu saja oleh pembaca.

Berdasarkan data yang peneliti temukan, Harian Umum Lampung Post memberitakan paslon capres-cawapres nomor 2 (Prabowo-Gibran) sebanyak 29 berita, selanjutnya paslon nomor 1 (satu) Anies-Muhaimin sebanyak 26 berita. Sedangkan paslon capres-cawapres nomor urut 3 (Tiga) Ganjar-Mahfud mendapatkan porsi berita yang lebih sedikit satu berita saja yakni dengan 21 berita. Hal ini peneliti nilai sudah cukup, sebab ketiga paslon sudah mendapatkan porsi pemberitaan kurang lebih sama dalam megkomunikasikan pesan politik melalui visi, misi, dan program-program dari ketiga paslon.

Dampak yang dihasilkan dari pemberitaan seimbang ketiga pasangan calon nyatanya tidak berjalan lurus dengan hasil perolehan suara ketiganya. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung dalam rapat plenonya menetapkan bahwa jumlah suara yang masuk adalah sebesar 5.110.688 dari total DPT 6.539.128 pemilih, perolehan suara terbanyak didapatkan oleh paslon presiden-wakil presiden nomor urut 2 (dua) dengan perolehan suara sebanyak 3.554.310 suara atau 69,55%, disusul oleh paslon 1 (satu) sebanyak 791.892 suara atau 15,49%, sedangkan paslon 3 (tiga) hanya mendapatkan 764.486 suara atau 14,96%. Hal ini membuktikan bahwa walaupun pesan-pesan politik sudah diberikan kedalam sebuah pemberitaan politik kepada masyarakat, namun masyarakat masih memiliki kemampuan untuk menentukan keputusan terhadap salah satu paslon. Selain itu, pesan-pesan komunikasi politik yang disampaikan melalui koran nampaknya sudah tidak terlalu berperan dikarenakan sudah banyak munculnya media lain, terutama media digital.

Dalam konteks pemilihan umum, media massa memiliki peranan yang penting untuk ikut meramalkan proses pemilu, khususnya media massa cetak seperti koran. Salah satu contoh bentuk media massa koran adalah Harian Surat Kabar Umum Lampung Post yang sudah

terkenal sebagai sarana penyampaian informasi di Provinsi Lampung. Hal ini tentu menjadi sebuah keputusan yang tepat apabila masing-masing pasangan calon menjadikan koran Lampung Post sebagai wadah dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat khususnya di Provinsi Lampung.

Harian surat kabar dan pemilihan umum sulit dipisahkan keberadaannya, sebab adanya rasa butuh satu sama lain. Surat kabar seperti Harian Umum Lampung Post berperan penting dalam menyediakan informasi terkini mengenai tahapan-tahapan Pemilihan Umum, kandidat yang bersaing, serta isu-isu krusial yang menjadi perhatian publik. Harian Lampung Post memberikan perhatian khusus terkait pemilu dengan menghadirkan rubrik “Lampung Memilih” untuk mengulas peristiwa-peristiwa pemilu, seperti tahapan-tahapan pemilu, proses kampanye, hingga tahapan pemilu selesai dilaksanakan. Dengan adanya rubrik khusus tersebut membuat para politisi untuk membuat perhitungan yang matang dalam menjalankan agenda pemilu.

Harian umum Lampung Post, sebagai media massa komersil yang terbit setiap hari, harus mampu memenuhi kebutuhan operasionalnya dengan efisien dan efektif. Untuk mencapai tujuan ini, Lampung Post harus mengelola sumber daya yang ada dengan baik, termasuk mengoptimalkan pendapatan dari iklan, langganan, dan penjualan eceran. Sejalan dengan hal tersebut, walaupun pemilu dianggap sebagai ladang pemasukkan yang besar bagi media massa, nyatanya pemasangan iklan di media massa sudah dibatasi oleh KPU dan Bawaslu. Hal ini bertujuan untuk memberikan porsi yang seimbang antara para paslon agar tidak adanya yang dirugikan dari besar kecilnya dana kampanye.

Harian Surat Kabar Umum Lampung Post sebagai media massa bersikap pada masa pemilu terkadang dianggap dilatar belakang oleh orang-orang berkepentingan terutama dalam hal politik. Akibatnya, pemberitaan politik pada masa pemilu terkadang dipengaruhi oleh hal tersebut. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti kepada pihak Harian Umum Lampung Post menjelaskan bahwa media massa yang memiliki *background* kepemilikan oleh seorang politisi tentu akan menimbulkan pertanyaan tentang netralitasnya. Sejatinya pihak redaksi tentu harus bersifat netral dalam menyajikann berita pemilu nasional. Terlebih keputusan pemberitaan ini juga diatur tidak hanya oleh pihak redaksional lokal, namun juga melalui izin media group pusat. Dengan ditemukannya Harian Umum Lampung Post memiliki nilai berita yang bersifat netral. Pemorsian berita ketiga pasangan calon disajikan dengan porsi yang adil, walau terdapat satu pasangan calon yang mendapatkan porsi berita lebih sedikit satu berita dari pasangan calon lain. Namun hal ini tetap memperlihatkan Harian Umum Lampung Post bersifat Netral dalam menyajikan berita politik pada masa kampanye pemilu 2024.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan hasil analisis terhadap data terkait pemberitaan pemilu pada tahun 2024 di Rubrik Lampung Memilih Surat Kabar Harian Lampung Post dengan unit analisis topik berita, jenis berita, narasumber berita, serta nilai berita maka diperoleh kesimpulan bahwa setelah peneliti melakukan uji reliabilitas dengan rumus Holsti, peneliti mendapatkan hasil pada setiap unit analisis dan kategorisasi menunjukkan nilai persentase 100%. Hal tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas pada setiap unit analisis menjauhi nilai error. Sehingga setiap pemberitaan pada masing-masing unit analisis dapat dianggap reliabel. Selanjutnya, pada unit analisis nilai berita dengan nilai ketegorisasi nilai berita positif, negatif, serta netral yang telah diuji pada pemberitaan Harian Umum Lampung Post menunjukkan nilai pemberitaan netral jauh lebih tinggi apabila dibandingkan dengan pemberitaan positif dan negatif. Harian Umum Lampung Post menyatakan bahwa mereka memang bersikap tidak berpihak dalam memberitakan peristiwa pemilu 2024.

Harian Umum Lampung Post menyampaikan informasi pemilu 2024 menjalankan fungsinya sebagaimana fungsinya sebagaimana mestinya media massa. Media massa memiliki

peranan penting sebagai sumber informasi pemilu 2024 mulai dari tahap persiapan hingga selesai. Media massa koran sebagai penyampai pesan satu arah ke masyarakat masih memiliki dampak yang berguna bagi penyampaian pesan-pesan komunikasi politik ke masyarakat. Karena pembaca cenderung dianggap bersifat pasif. Dalam hal pemilu 2024 ini, dampak pemberitaan yang seimbang nyatanya tidak terlalu memiliki pengaruh. Masing-masing pasangan calon mendapatkan pemberitaan yang seimbang, yang mana artinya media massa sudah menjadi jembatan bagi para ketiga pasangan calon dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sebab perolehan suara dari ketiga pasangan calon terpaut sangat jauh. Namun, Harian Umum Lampung Post sebagai media massa tetap dapat mengarahkan para pembacanya untuk fokus terhadap suatu peristiwa melalui pemberitaannya. Hal inilah yang dapat dilakukan media massa melalui agenda *setting*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik analisis isi pada pemberitaan pemilu tahun 2024 di Rubrik Lampung Memilih Harian Umum Lampung Post, terdapat beberapa saran yang dapat bermanfaat baik secara akademis maupun secara praktis. Adapun saran-saran yang dapat dikemukakan oleh penelitian secara akademis maupun secara praktis, yaitu :

(1) Saran praktis, penelitian ini, peneliti menemukan fakta bahwa pemberitaan yang disajikan pada Harian Umum Lampung Post sebagai objek penelitian lebih dominan kepada pemberitaan yang berfokus kepada persiapan serta perkembangan peristiwa pemilu. Peneliti menyarankan agar terdapat lebih banyak berita atau informasi terkait ketiga pasangan calon yang berimbang agar pembaca bisa jauh lebih mengenalnya. Meskipun media massa pada dasarnya bersifat netral, namun bukan tidak mungkin untuk menambah porsi dari pemberitaan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para akademisi untuk menambah dan memperkaya dalam bidang jurnalistik dan media massa. Melalui ini juga peneliti berharap mampu memberikan tambahan referensi pada ranah ilmu komunikasi dengan jenis analisis isi.

Saran Akademis, Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis isi. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu akademis bagi peneliti yang akan meneliti menggunakan pendekatan dan teknik yang sama. Keterbatasan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah terkait pedoman penulisan baku yang masih sedikit, serta terbatasnya waktu penelitian dan juga biaya penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing*. LkiS Yogyakarta. PT LKiS Printing Cemerlang.
- Moleong, L. J. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF EDISI REVISI*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori-Teori Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers.
- Pureklolon, T. T. (2016). *Komunikasi Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raco, J. R., & Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Roudhonah. (2019). *ILMU KOMUNIKASI Edisi Revisi*. Rajawali Pers.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN* (A. Mujahidin, Ed.). CV. Nata Karya.
- Simarmata, Salvatore. 2014. *Media dan Politik: Sikap Pers Terhadap Pemerintah Koalisi di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta

Skripsi

Jamiah, Ririn. 2016. *Pemberitaan Kampanye Pilkada dalam Media Cetak (Studi Analisis Isi Pemberitaan Kampanye Pilkada Kota Bandar Lampung di Media Cetak Harian Umum Lampung Post dan Surat Kabar Harian Radar Lampung Periode Oktober-November 2015)*. Ilmu Komunikasi, FISIP: Universitas Bandar Lampung.

Jurnal

- Fatimah, S. (2018). Kampanye Sebagai komunikasi politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1). <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Fransiska, N. K. (2012). Objektivitas Pemberitaan Peserta Partai Politik Tahun 2009 Dalam Periode Kampanye Pemilihan Legislatif di Koran nasional. *Scriptura*, 3(2). <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.2.152-160>
- Morissan, et al., (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia Regar, T. B., & Nur Latifah Umi Satiti, M. (2016, August 16). *Pemahaman Obejektivitas Oleh Wartawan (studi Deskriptif Kualitatif Pemahaman objektivitas Tim Redaksi Koran pabelan di universitas muhammadiyah surakarta)*. Pemahaman Obejektivitas Oleh Wartawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pemahaman Objektivitas Tim Redaksi Koran Pabelan di Universitas Muhammadiyah Surakarta) - UMS ETD-db. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/46278>
- NI'MATUSSHOLIKHAH, R. (2017, May 19). *Keberimbangan Berita Dalam media siber (analisis isi berita pilkada Lampung Periode DESEMBER 2015 di Saibumi.com)*. Digital Library. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/27069>
- Nur, E. S. (2020). Deskripsi Kualitatif TERHADAP peran media TV Swasta Dalam mensosialisasikan Kandidat Pilwali di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.36090/jipe.v2i1.671>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Siahaan, H. (2001). *Pers yang gamang: Studi pemberitaan jajak pendapat timor timur*. Lembaga Studi Perubahan Sosial.
- Soelistyowati, R. D. (2020). *ANALISIS NETRALITAS MEDIA TELEVISI DALAM DEBAT PILPRES 2019*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/4822/2/Volume%204%2C%20Nomor%202%2C%20Oktober%202019.pdf>
- Triandana, M. (2016, May 10). *Netralitas Media Cetak Lokal dalam pemilihan Gubernur Lampung periode 2014-2019*. Digital Library Universitas Lampung. <https://digilib.unila.ac.id/22480/>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Website

- Agung, A. F. S. (2023, February 24). *Profil Surya Paloh, Ketua Partai Nasdem Yang Memiliki bisnis media*. Katadata. <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media>
- Kominfo. (2017, February 7). *Peraturan menteri Komunikasi Dan Informatika nomor 7 Tahun 2017 tanggal ...* Kementrian Komunikasi dan Informasi. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/568/t/peraturan+menteri+komunikasi+dan+informatika+nomor+7+tahun+2017+tanggal+7+februari+2017
- Lampost. co. (4530, January 1). *Lampung Post Tentang Kami*. [lampost.co. https://lampost.co/tentangkami](https://lampost.co/tentangkami)

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962-4169
Volume 4
Nomor 1
Juni 2025

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

Pola Komunikasi Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) dalam Diseminasi Informasi Publik

Communication Patterns of Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) in the Dissemination of Public Information

Suci Shinta Lestari¹, Mardalina Dewi², Frety Shinta³

¹Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Abdurrab, Jl. Riau Ujung No. 73, Pekanbaru, 28291

² Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Abdurrab, Jl. Riau Ujung No. 73, Pekanbaru, 28291

³ Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Abdurrab, Jl. Riau Ujung No. 73, Pekanbaru, 28291

Penulis korespondensi: Telpon. +62-821-6929-9909; *e-mail*: suci.shinta@univrab.ac.id

Abstrak

Fenomena penyimpangan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan dampak negatif seperti penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian yang dapat memecah belah masyarakat. Dalam rangka menyikapi hal tersebut, Pemerintah telah mengeluarkan regulasi berupa UU ITE maupun peraturan terkait ruang digital. Namun dalam perkembangannya diperlukan lembaga dalam rangka diseminasi informasi terkait literasi dan edukasi media digital kepada masyarakat. Hal ini mendorong Pemerintah Provinsi Riau membentuk Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) dalam diseminasi informasi publik. Penelitian ini menggunakan Model Komunikasi Lasswell. Metode penelitian ini deskriptif kualitatif dan pengumpulan data diperoleh melalui wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi. Teknik analisa data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi dua arah (interaksional). Diseminasi informasi publik dilakukan melalui dua metode yaitu, tatap muka dan melalui media. Diseminasi informasi secara tatap muka dilakukan dengan sosialisasi ke kabupaten dan kota di Provinsi Riau, sedangkan diseminasi informasi melalui media dilakukan dengan menggunakan berbagai kanal media yaitu, *Zoom Meeting*, *Google Meet*, *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*.

Kata kunci : Pola Komunikasi, Diseminasi Informasi, Komunikasi Publik

Abstract

The phenomenon of information and communication technology distortion has negative impact such as spread of hoax and hate speech in the community that can divide our society. According to this phenomenon, Government has issued regulations in the form of the ITE Law and regulations related to digital space. However, in its development, institutions are needed in order to information disseminate related to digital media literacy and education to the public. This prompted the Riau Provincial

Suci Shinta Lestari, Mardalina Dewi, Frety Shinta

Government to form Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR). This research aims to determine the communication patterns of Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) in the dissemination of public information. This research uses Lasswell Communication Model. This study used descriptive qualitative research methods and data collection was obtained through structured interviews, observation and documentation. Data was analyzed by the data collection, data reduction, display of data, and the retraction of the conclusions. The results showed that the communication patterns used was two-way (interactional) communication. Dissemination of public information is carried out through two methods, face to face and through the media. Face to face information dissemination is carried out by socialization through to areas in Riau Province and through the media information dissemination is carried out by various types of media, such as Zoom Meeting, Google Meet, YouTube, Instagram, Facebook, and WhatsApp.

Keywords : *Communication Patterns, Dissemination of public information, Public Communication*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih dan praktis ini, ada indikasi bahwa masyarakat di Indonesia belum meningkatkan kemampuan dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi yang seharusnya dimanfaatkan untuk informasi dan edukasi seringkali menyimpang dari fungsinya. Sehingga mengakibatkan maraknya kasus kesalahan dalam berperilaku saat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi yang melibatkan peserta didik (Pelajar dan Mahasiswa) dan juga masyarakat.

Fenomena informasi palsu (hoaks) dan ujaran kebencian marak terjadi di Provinsi Riau, dimana setiap orang leluasa membuat, menyebarkan dan mengonsumsi informasi palsu yang tidak bisa dipastikan kebenarannya sehingga dapat memecah belah masyarakat.

Berdasarkan data survei Katadata Insight Center (KIC) yang bekerjasama dengan Kemenkominfo serta SiBerkreasi menyebutkan hasil survei pada tahun 2020 menunjukkan 60% masyarakat di Indonesia terpapar hoaks saat mengakses dan berkomunikasi melalui dunia maya. Sementara hanya 21% sampai 36% saja yang mampu mengenali hoaks. (Cahyadi, 2020).

Pada dasarnya Indonesia telah memiliki payung hukum menyangkut tata kelola kehidupan di ruang digital dengan berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) maupun peraturan terkait ruang digital. Namun literasi kepada masyarakat perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dengan bijak. Hal ini karena kemampuan literasi masyarakat memegang peranan penting dalam mewujudkan masyarakat transformasi digital. Kemampuan literasi digital merupakan kemampuan paling krusial dalam menghadapi perkembangan teknologi saat ini guna mewujudkan masyarakat yang mampu menggunakan teknologi tapi juga bijak dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, Pemerintah daerah memegang peranan penting untuk menyebarluaskan informasi (diseminasi informasi) kepada masyarakat guna menekan dan meminimalisir penyimpangan dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi.

Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2009 Tentang Diseminasi Informasi Nasional oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, menyatakan bahwa diseminasi informasi merupakan informasi secara timbal balik dari Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota kepada masyarakat baik yang diminta ataupun tidak diminta terkait kebijakan publik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik yang memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat. Informasi yang terdiri dari Undang-Undang Dasar 1945, Undang-

Undang dan kebijakan-kebijakan, rencana kebijakan, program dan kinerja badan publik dan permasalahan masyarakat yang dibutuhkan oleh masyarakat dan harus didistribusikan sesuai dengan karakteristik masyarakat daerah dan berdasarkan standar kelengkapan dan kelayakan informasi.

Pemerintah Provinsi Riau melakukan berbagai aksi dalam bentuk upaya pencegahan dan penanggulangan dengan menggunakan pola koordinasi, kerjasama dan fasilitasi serta kemitraan dengan *multistakeholders* agar dapat mengatasi persoalan penyimpangan pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi yang sampai saat ini masih menimbulkan rasa ketakutan pada masyarakat yakni dengan mendayagunakan lembaga komunikasi sosial, baik formal maupun informal yang memiliki kegiatan di bidang pengelolaan informasi atau memiliki jaringan komunikasi dengan anggota dan masyarakat lingkungannya yang berpotensi dalam diseminasi informasi dan penyerapan serta penyaluran aspirasi masyarakat.

Pemerintah Provinsi Riau mendayagunakan lembaga komunikasi sosial yaitu Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR). FPKIE GMR merupakan organisasi pemerintah Provinsi Riau yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Riau Nomor : Kpts. 1520/X/2020 Tentang Pembentukan Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau. FPKIE GMR merupakan program inovasi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau bersama Dinas Pendidikan Provinsi Riau dan Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Riau sebagai sarana pengembangan potensi diri dalam rangka membentuk masyarakat yang literatif, informatif, dan edukatif.

Program-program yang informatif dan edukatif tersebut dirancang untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan menekan potensi penyimpangan pemanfaatan teknologi. FPKIE GMR mendorong masyarakat dalam perubahan tingkah laku ke arah yang lebih baik dengan mengkampanyekan 5 S (Sadar Gawai, Sadar Narkoba, Sadar Perilaku, Sadar Lingkungan dan Sadar Generasi).

Dalam proses penyampaian informasi terdapat pola atau bentuk komunikasi baik secara linear maupun sirkuler atau berlangsung satu arah, dua arah, atau multi arah. Pola komunikasi tertentu dapat memanifase perilaku manusia dalam berkomunikasi seperti pola mengajak, membujuk, serta mengarahkan publik untuk mengolah dan menerima informasi yang disampaikan sehingga komunikan bersedia untuk mengubah sikap.

Pola komunikasi dalam proses diseminasi informasi publik diperlukan untuk mengetahui cara yang efektif digunakan sehingga dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dapat dikatakan komunikatif.

Berangkat dari pemikiran tersebut maka rumusan masalah yang diangkat penulis adalah bagaimana pola komunikasi Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) dalam diseminasi informasi publik? Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau (FPKIE GMR) dalam diseminasi informasi publik, selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang pola komunikasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan data statistik, melainkan melalui pengumpulan data, analisis kemudian diinterpretasikan. (Anggito Albi, 2018:9).

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian deskriptif. Bentuk penelitian yang akan dilaksanakan yaitu dengan penelitian lapangan (*field research*) agar informasi yang didapatkan valid karena bentuk penelitian ini dilakukan secara langsung dan melebur dengan

Suci Shinta Lestari, Mardalina Dewi, Frety Shinta

objek penelitian. Objek dalam penelitian ini sendiri adalah pola komunikasi FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik. Sedangkan untuk subjek dari penelitian adalah FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik. Memiliki informan utama yang terdiri dari tiga orang dengan jabatan yang berbeda yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1.	Hj. Elmi Gurita, M.Pd	Ketua FPKIE GMR
2.	Tri Hartanto	Koordinator Tim Teknis FPKIE GMR
3.	Rialtra Helmy	Anggota Tim Teknis FPKIE GMR

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2021

Pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian. Untuk mengumpulkan data penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu :

1. Observasi

Menurut Poerwandari (1998) observasi merupakan teknik yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati. (Gunawan, 2013, p. 143).

2. Wawancara

Menurut Kartono (1980) wawancara merupakan percakapan yang diarahkan kepada suatu masalah tertentu, dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. (Gunawan, 2013, p. 160). Dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas sebuah pertanyaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sekumpulan berkas mengenai hal-hal berupa buku, arsip atau dokumen, catatan dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa buku, arsip atau dokumen yang relevan.

Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman (1992) dalam Yuliyastika (2019, p.58) yang memiliki empat komponen analisis yaitu :

1. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara pada Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau. Dengan melakukan observasi secara langsung dan ikut dalam kegiatan yang diadakan FPKIE GMR dan mewawancarai informan yang berwenang dan dianggap mengetahui dengan jelas serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih, menyederhanakan dan meringkas data kasar yang telah dikumpulkan. Dalam proses ini, penulis melakukan pemilihan data yang diperoleh agar mendapatkan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk menganalisis data.

3. Penyajian Data

Komponen selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian ini penyajian yang digunakan adalah uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

4. Penarikan Kesimpulan

Komponen terakhir dari proses analisis data ialah menarik kesimpulan yaitu penjelasan tentang makna data yang dideskripsikan secara komprehensif dari data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian merupakan olahan data yang penulis kumpulkan selama penelitian dengan memaparkan jawaban-jawaban informan dan data-data dari hasil penelitian. Pada bagian ini penulis akan menguraikan dan membahas berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan secara langsung terkait bagaimana pola komunikasi FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik. Seperti yang dijelaskan pada kerangka teori bahwa pola komunikasi dapat dilihat dari proses komunikasi yang dilakukan FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik.

Uraian tentang proses komunikasi FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik penulis mewawancarai informan dan mengajukan sejumlah pertanyaan lisan kepada informan I yaitu Elmi Gurita menjabat sebagai Ketua FPKIE GMR, informan II yaitu Tri Hartanto sebagai Koordinator Tim Teknis FPKIE GMR dan informan III yaitu Rialtra Helmy sebagai Anggota Tim Teknis FPKIE GMR.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa kegiatan diseminasi informasi publik yang dilakukan FPKIE GMR ini sangat penting dan cukup efektif, karena program FPKIE GMR bersinergi dengan berbagai pihak yang memiliki informasi penting yang dibutuhkan masyarakat, baik itu lembaga pemerintahan yang ada di pusat dan di daerah serta organisasi atau forum-forum lainnya dalam diseminasi informasi publik.

Jadi tidak ada pembatasan wilayah, FPKIE GMR memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak. Adapun mitra lembaga yang telah bekerja sama yaitu, BPJS Kesehatan, BNNP Riau, Pegadaian, RRI, BKKBN, Bank Indonesia, Telkom Indonesia, PLN, Jasa Raharja, Forum Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Forum Komnas Anak dan sebagainya seperti gambar di bawah ini :

Gambar 1 Lembaga Mitra FPKIE GMR



Sumber : Dokumentasi FPKIE GMR, 2021

Pada prinsipnya, praktik berkomunikasi di ruang publik mengharuskan untuk mempunyai kemampuan pengendalian diri, kedewasaan dalam bersikap dan bertanggung jawab atas ucapan yang disampaikan. Namun yang terjadi dewasa ini ialah sebaliknya.

Maraknya kasus hoaks dan ujaran kebencian di ruang digital yang dapat memecah belah masyarakat, tampak jelas bahwa telah terjadi penyimpangan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Maka sangat penting FPKIE GMR berkoordinasi dan bersinergi dengan berbagai pihak serta mengaktifkan komunitas-komunitas pegiat literasi digital untuk bersama-sama melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital. Diharapkan masyarakat tidak hanya sekedar mampu menggunakan tapi juga bijak dalam menggunakan dan memanfaatkannya.

Hal ini sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh para informan sebagai berikut :

“Sangat penting, karena dalam program forum ini kita memberikan informasi yang sangat dibutuhkan masyarakat, terutama generasi muda dan peserta didik. Jadi masalah-masalah yang terjadi dimasyarakat itu kita jadikan topik untuk kegiatan yang kita laksanakan”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

“Saya pikir ini sangat penting karena bisa dilihat dari mitra-mitra yang selalu berkembang dari forum atau permintaan-permintaan untuk melakukan program diseminasi informasi dalam bentuk talkshow virtual seperti sekarang ini kondisi pandemi sementara diseminasi informasi harus tetap dilaksanakan. Kegiatan ini cukup efektif karena ini dibuktikan dengan beberapa mitra kerja seperti BPJS, PLN, Jasa Raharja, pemerhati anak, forum komnas anak, forum pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, kemudian juga bahkan semua pihak yang punya kegiatan yang berkaitan”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

“Sangat penting apalagi sekarang sudah dengan adanya literasi digital kita harus memberikan informasi yang tepat keseluruhan masyarakat tambah lagi sekarang udah ada berita-berita hoaks dan disitu kita harus memberikan edukasi mana berita yang fakta dan yang hoaks dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dan mengaktifkan komunitas-komunitas pegiat literasi digital”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

1. Pola Komunikasi FPKIE GMR dalam Diseminasi Informasi Publik

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. (Onong (2002) dalam (Bungin, 2014, p. 31). Guna menjawab rumusan masalah bagaimana pola komunikasi FPKIE GMR dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital, maka penulis menggunakan Model Komunikasi Lasswell yaitu: *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*.

a. Who (Siapa)

Who merujuk kepada komunikator sebagai pihak pengirim pesan. Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari informan maka diketahui bahwa sebelum melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik, FPKIE GMR melakukan perencanaan (*planning*). Perencanaan yang matang dapat memajukan suatu organisasi karena dengan perencanaan yang baik program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan tepat sasaran. FPKIE GMR melakukan perencanaan dengan menganalisa isu-isu yang berkembang ditengah masyarakat.

Dari hasil analisa tersebut, FPKIE GMR melihat kondisi disekitar bagaimana reaksi masyarakat terhadap isu tersebut, jika terdapat ketidakjelasan oleh masyarakat, maka FPKIE GMR akan memutuskan untuk melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital dengan mengangkat tema dari isu tersebut dan mengidentifikasi narasumber yang relevan terhadap isu tersebut. Benar atau tidaknya masyarakat akan

mengetahui setelah diberikan pembekalan ilmu tentang isu tersebut. Intinya FPKIE GMR berusaha untuk memberikan solusi terhadap suatu masalah yang berkembang dimasyarakat dengan menghadirkan narasumber yang dapat memberikan literasi, informasi dan edukasi kepada masyarakat.

FPKIE GMR melibatkan banyak pihak untuk berperan aktif dan berkontribusi guna mewujudkan SDM unggul yang terliterasi. Maka yang menjadi komunikator dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilakukan oleh FPKIE GMR adalah lembaga-lembaga yang berpotensi baik dari pemerintah pusat dan daerah, kemudian forum-forum atau komunitas-komunitas pegiat literasi. Jadi semua pihak dapat berpartisipasi mengisi atau menjadi narasumber pada topsell literasi digital yang dilaksanakan FPKIE GMR.

Narasumber kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilakukan oleh FPKIE GMR minimal ada 2 (dua) orang agar masyarakat atau audiens mendapatkan gambaran yang komprehensif. Seperti yang dipaparkan oleh informan I, berikut hasil wawancara :

“Sebelum melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik kita melakukan perencanaan agar dapat berjalan lancar dan tepat sasaran. Jadi kita menganalisa isu-isu yang berkembang ditengah masyarakat. Lalu dari hasil analisa tersebut kita lihat kondisi disekitar bagaimana reaksi masyarakat terhadap isu tersebut, jika terdapat ketidakjelasan oleh masyarakat maka kita akan memutuskan untuk melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital dengan mengangkat tema dari isu tersebut dan mengidentifikasi narasumber yang relevan terhadap isu tersebut. Benar atau tidaknya masyarakat akan mengetahui setelah diberikan pembekalan ilmu tentang isu tersebut. Intinya kita dari forum itu bagaimana kita melihat suatu masalah itu jangan menjadi masalah. Kita harus bisa mencarinya dengan menghadirkan narasumber yang bisa memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Jadi kami forum melibatkan banyak pihak untuk berperan aktif dan berkontribusi guna mewujudkan SDM unggul yang terliterasi seperti lembaga-lembaga yang berpotensi baik dari pemerintah pusat dan daerah, kemudian forum-forum, komunitas-komunitas pegiat literasi semua dapat berpartisipasi mengisi atau menjadi narasumber pada topsell literasi digital yang kami laksanakan. Minimal narasumbernya itu dua orang agar dapat saling melengkapi”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

Selain itu informan II juga melengkapi jawaban informan di atas sebagai berikut :

“Pertama kita mempelajari atau menganalisa dari sebuah kejadian seperti informasi hoaks yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan, maka kejadian tersebut kami jadikan topik atau tema dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital tersebut. Setelah itu kami akan mencari dan mengundang narasumber yang mumpuni untuk memberikan informasi dan edukasi pada kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital tersebut, baik itu dari pihak pemerintah atau non pemerintah, kita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak yang punya tanggung jawab untuk penyebaran tentang literasi digital yang menjadi salah satu konsep atau kapsul sistem dari pelaksanaan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilaksanakan oleh FPKIE GMR.” (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

Berdasarkan pemaparan dari informan di atas jelas menunjukkan bahwa FPKIE GMR terlebih dahulu mempelajari atau menganalisa sebuah kejadian yang berkembang ditengah masyarakat seperti informasi hoaks yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan, maka kejadian tersebut akan dijadikan topik atau tema dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital tersebut.

Kemudian FPKIE GMR akan mencari dan mengundang narasumber yang mumpuni untuk memberikan informasi dan edukasi pada kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital tersebut, baik itu dari pihak pemerintah atau non pemerintah. FPKIE GMR memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak yang punya tanggung jawab untuk penyebaran tentang literasi digital yang menjadi salah satu konsep atau kapsul sistem dari pelaksanaan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilaksanakan oleh FPKIE GMR. Seperti gambar di bawah ini :

Gambar 2 Narasumber Literasi Digital



Sumber: Dokumentasi FPKIE GMR, 2021

Hal yang demikian juga sesuai dengan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap informan III yang menambahkan penjelasan di atas bahwa untuk menentukan siapa yang menjadi narasumber atau yang memberikan informasi dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yaitu dengan mencari tahu terlebih dahulu apa yang dibutuhkan masyarakat atau audiens seperti kejadian yang sedang viral.

Kemudian FPKIE GMR merencanakan bagaimana membuat kemasan kegiatan yang akan dilaksanakan itu menarik agar masyarakat atau audiens tertarik dan mudah memahami informasi yang disampaikan pada kegiatan tersebut. Setelah itu FPKIE GMR melakukan analisa untuk menentukan siapa narasumber yang relevan untuk mengisi atau memberikan informasi pada kegiatan tersebut. Narasumber bisa dari lembaga pemerintah pusat atau daerah, lembaga non pemerintah atau komunitas-komunitas serta forum-forum pegiat literasi. Berikut hasil wawancara :

“Untuk menentukan siapa yang menjadi narasumber atau yang memberikan informasi dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilaksanakan oleh FPKIE GMR ini kami mencari tahu dulu apa yang dibutuhkan masyarakat atau audiens, seperti kejadian yang sedang viral. Nah, dari situ kita mencari cara bagaimana kemasan kegiatan yang akan kita laksanakan agar menjadi menarik agar masyarakat atau audiens tertarik dan mudah memahami informasi yang disampaikan pada kegiatan tersebut. Setelah itu baru kita menganalisa siapa narasumber yang relevan untuk mengisi atau memberikan informasi pada kegiatan tersebut, baik itu dari lembaga pemerintah

pusat atau daerah, lembaga non pemerintah atau komunitas-komunitas serta forum-forum pegiat literasi”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

b. Says What (Mengatakan Apa)

Says what merujuk pada isi pesan atau informasi yang diberikan komunikator kepada komunikan. Pemberian pesan atau informasi dilakukan baik lisan maupun tertulis. Pesan merupakan unsur penting atau inti dari setiap proses komunikasi dalam interaksi karena tanpa pesan tidak akan terjadi komunikasi. Pesan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh penerima pesan yang menimbulkan keinginan pada komunikan untuk melakukan sesuatu dan jika menggunakan media, maka media yang digunakan harus tepat agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa isi pesan dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilakukan FPKIE GMR ialah berupa ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital dengan bijak dan *safety*. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh informan I. Berikut hasil wawancara :

“Informasi yang diberikan pada diseminasi informasi publik tentang literasi digital ialah berupa ilmu pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital dengan bijak dan *safety*”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

Selain itu informan II juga menambahkan bahwasanya kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital, FPKIE GMR memberikan informasi terkait peningkatan kemampuan untuk mengolah atau menyaring informasi sebelum memutuskan sebuah informasi itu benar atau tidak dan juga memberikan edukasi dalam memanfaatkan media digital untuk hal yang positif.

Misalnya audiensnya itu guru, maka isi pesan yang diberikan dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital berupa pemahaman dan pelatihan bagaimana cara membuat video pembelajaran yang menarik dan mudah dipahami oleh peserta didik dengan menggunakan media digital dan sebagainya. Berikut hasil wawancara:

“Dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital ini kami memberikan informasi terkait peningkatan kemampuan untuk mengolah atau menyaring informasi sebelum memutuskan sebuah informasi itu benar atau tidak dan memanfaatkan media digital untuk hal yang positif. Misalnya audiensnya itu guru, maka kami memberikan pemahaman dan pelatihan bagaimana cara membuat video pembelajaran yang menarik dan mudah dipahami oleh peserta didik dengan menggunakan media digital dan sebagainya”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

Kemudian informan III juga melengkapi jawaban informan di atas sebagai berikut :

“Untuk informasi yang diberikan dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital itu biasanya kami memberikan materi tentang bagaimana menggunakan dan memanfaatkan media digital dengan bijak dan aman bahkan dapat menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan pekerjaan atau sebagai sumber penghasilan. Ada juga dalam bentuk pelatihan atau *workshop* peningkatan mutu pendidikan untuk mengembangkan peserta didik yang kreatif dan inovatif. Kemudian kami juga memberikan motivasi agar dapat menggunakan media digital untuk hal yang bermanfaat, misalnya keterampilan

membuat website bagi peserta didik dengan mendatangkan narasumber yang berkompeten atau telah berhasil dibidangnya agar peserta didik mendapatkan gambaran dan termotivasi untuk melakukan hal yang sama. Nah itu merupakan bentuk dari pengembangan potensi yang kami lakukan”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

Berdasarkan pemaparan dari informan di atas jelas menunjukkan bahwa FPKIE GMR biasanya memberikan materi tentang bagaimana menggunakan dan memanfaatkan media digital dengan bijak dan aman bahkan dapat menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan pekerjaan atau sebagai sumber penghasilan. Ada juga dalam bentuk pelatihan atau *workshop* peningkatan mutu pendidikan untuk mengembangkan peserta didik yang kreatif dan inovatif.

Kemudian FPKIE GMR juga memberikan motivasi dalam menggunakan media digital untuk hal yang bermanfaat. Motivasi diperlukan untuk mendorong semangat belajar atau keingintahuan seseorang akan suatu ilmu dan dapat menerima informasi lebih baik. Seperti halnya bahan bakar mesin penggerak, tanpa adanya bahan bakar maka mesin tidak akan berfungsi dengan baik. Sehingga tanpa motivasi akan sulit untuk mencapai tujuan secara optimal.

FPKIE GMR mendatangkan narasumber yang berkompeten atau telah berhasil dibidangnya agar audiens mendapatkan gambaran dan termotivasi untuk melakukan hal yang sama, misalnya keterampilan membuat website bagi peserta didik. Hal tersebut merupakan suatu bentuk pengembangan potensi dan pembekalan karakter yang dilakukan oleh FPKIE GMR dalam kegiatan diseminasi informasi publik.

c. *In Which Channel (Melalui Apa)*

Saluran merujuk pada media yang digunakan dalam diseminasi informasi tentang literasi digital. Muhammad (2008) mengatakan Komunikasi publik adalah proses pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi secara tatap muka atau melalui media. (Priyatna, 2020, p. 115).

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari informan, maka diketahui bahwa dalam melaksanakan kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital FPKIE GMR melakukan secara tatap muka dan melalui media. Media yang digunakan oleh FPKIE GMR dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital ialah berbagai kanal media digital. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk webinar menggunakan aplikasi *Zoom Meeting* atau *Google Meet*. Kemudian media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* mengingat banyaknya masyarakat yang menggunakan dan menjadikan media sosial sebagai media untuk saling berinteraksi. Sehingga masyarakat atau audiens dapat dengan mudah mengakses dan mengikuti kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan I, berikut hasil wawancara :

“Kita buat dalam bentuk webinar menggunakan *Zoom Meeting* atau *Google Meet* yang bisa diakses oleh siapa saja, kemudian kami juga *live* melalui *YouTube*, *Instagram* dan *Facebook* , karena kan media sosial sekarang ini fungsinya sangat-sangat besar sekali dan sudah merupakan suatu kebutuhan ya, jadi kita sebarkan link-link informasinya dalam bentuk *e-flyer* dan disebarakan lewat *WhatsApp*, *Instagram* dan *Facebook*, sehingga mereka bisa tahu dan mengikutinya”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

Berdasarkan keterangan di atas juga diketahui bahwa FPKIE GMR menggunakan *e-flyer* sebagai media untuk menginformasikan jadwal pelaksanaan kegiatan yang

disebarkan melalui media digital agar peserta atau audiens dapat dengan mudah mengetahui dan mengikuti kegiatan tersebut. Berikut contoh *e-flyer* pada gambar di bawah ini :

Gambar 3 *E-Flyer* Kegiatan Literasi Digital



Sumber: Dokumentasi FPKIE GMR, 2021

Selain itu Informan II juga menambahkan bahwasanya kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital dilakukan secara tatap muka dan bermedia. Adapun media yang digunakan yaitu *Zoom Meeting*, *Google Meet*, *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*. Berhubung dimasa pandemi, kegiatan diseminasi informasi publik dilaksanakan hampir 99% secara virtual.

Oleh karena itu eksistensi FPKIE GMR semakin terasa diminati dan semakin menysasar pada kebutuhan penyediaan informasi publik kepada masyarakat. Berikut hasil wawancara :

“Media yang kami gunakan itu kanal-kanal informasi yang ada seperti *Zoom Meeting* atau *Google Meet*, terus *live* di *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*. Jadi kegiatan diseminasi informasi yang kami lakukan itu ada dua cara yaitu dengan tatap muka secara langsung dan juga menggunakan media digital. Namun dimasa pandemi hampir 99% itu dilaksanakan secara virtual saja, karena pasti dibatasi dengan protokol kesehatan dan pertimbangan khusus, tapi justru dimasa pandemi ini eksistensi forum ini makin terasa diminati kinerjanya, makin terasa menysasar pada kebutuhan penyediaan informasi publik ke masyarakat”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

Pernyataan yang sama diberikan oleh informan III, berikut hasil wawancara :

“Untuk saat ini media yang digunakan itu *Zoom Meeting* atau *Google Meet*. Kemudian kami juga *live YouTube*, *Instagram*, dan *Facebook* dalam pelaksanaan diseminasi informasi publik tentang literasi digital. Alasan kami memilih media tersebut karena aplikasi *Google Meet* selain tidak berbayar, namun juga dapat menampung hingga 100 orang peserta. Kalau aplikasi *Zoom Meeting* berbayar, namun dapat menampung peserta lebih banyak dari pada

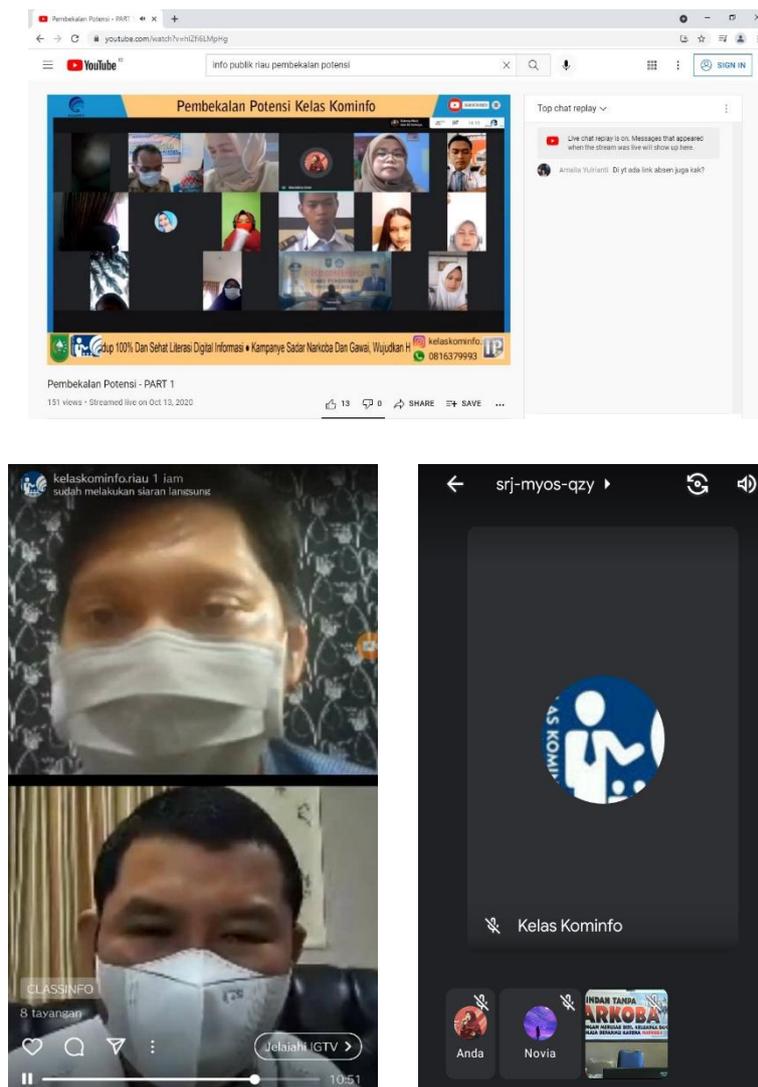
Google Meet. Pemilihan penggunaan *Instagram* dan *Facebook* sebagai media dikarenakan media tersebut merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan, sehingga dengan memanfaatkan fitur *live* pada aplikasi ini yaitu bertujuan agar terciptanya interaksi dua arah, dimana peserta dapat memberikan pertanyaan, kritik, dan saran selama *live* berlangsung, sehingga narasumber dapat meresponnya secara *real time*. Kemudian aplikasi *YouTube* karena aplikasi ini menyediakan fitur *live streaming*. Jadi dari aplikasi *Google Meet* itu akan disiarkan secara langsung pada aplikasi *YouTube*, sehingga peserta yang belum bisa bergabung pada *Google Meet* atau *Zoom Meeting* tetap bisa mengikuti kegiatan melalui siaran langsung tersebut dan dapat dilihat ulang setelah siaran langsung berakhir”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa untuk saat ini kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang dilaksanakan oleh FPKIE GMR yaitu menggunakan aplikasi *Zoom Meeting* atau *Google Meet*. Kemudian kegiatan juga dilakukan secara *live* di media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Adapun alasan memilih aplikasi tersebut yakni selain mudah untuk digunakan namun aplikasi tersebut juga memiliki keunggulan lain. Aplikasi *Google Meet* selain tidak berbayar, namun juga dapat menampung hingga 100 orang peserta. Kalau aplikasi *Zoom Meeting* berbayar, namun dapat menampung peserta lebih banyak dari pada *Google Meet*.

Pemilihan penggunaan *Instagram* dan *Facebook* sebagai media karena *Instagram* dan *Facebook* merupakan media sosial yang saat ini banyak digunakan, sehingga dengan memanfaatkan fitur *live* pada aplikasi tersebut bertujuan agar terciptanya interaksi dua arah, dimana peserta dapat memberikan pertanyaan, kritik, dan saran selama *live* berlangsung, sehingga narasumber dapat meresponnya secara *real time*. Kemudian aplikasi *YouTube* karena aplikasi ini menyediakan fitur *live streaming*. Jadi dari aplikasi *Google Meet* itu akan disiarkan secara langsung pada aplikasi *YouTube*, sehingga peserta yang belum bisa bergabung pada *Google Meet* atau *Zoom Meeting* tetap bisa mengikuti kegiatan melalui siaran langsung tersebut dan dapat dilihat ulang setelah siaran langsung berakhir.

Seperti gambar di bawah ini :

Gambar 4 Saluran (Media)



Sumber: Dokumentasi FPKIE GMR, 2021

Pada gambar di atas dapat dilihat FPKIE GMR memilih aplikasi tersebut untuk digunakan sebagai sarana diseminasi informasi karena mudah untuk digunakan dan cepat. Selain itu masyarakat juga sudah tidak asing lagi dengan aplikasi tersebut.

d. *To Whom* (Kepada Siapa)

To Whom merujuk pada penerima informasi (komunikan) dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital. Penerima informasi dalam komunikasi bisa berupa individu, kelompok maupun massa. Agar proses komunikasi dapat dikatakan komunikatif, maka sangat penting bagi pengirim informasi (komunikator) mengetahui siapa yang akan menjadi penerima informasi (komunikan) sebelum berinteraksi.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa penerima informasi (komunikan) dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital ialah peserta didik, guru dan seluruh lapisan masyarakat, karena kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital bertujuan untuk memberikan literasi, informasi dan edukasi, guna meningkatkan SDM yang mempunyai kecakapan dalam transformasi digital. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh beberapa informan. Berikut hasil wawancara :

“Yang menjadi audiens dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yaitu ada peserta didik atau murid-murid ya, terus ada juga guru dan juga masyarakat”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

“Kegiatan yang kami lakukan ini kan memang harus disebarluaskan, jadi yang menjadi audiens atau peserta dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yang kami laksanakan ini ya seluruh kalangan masyarakat, baik itu peserta didik, guru dan juga masyarakat umum”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

“Yang menjadi peserta dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital ini yaitu seluruh kalangan masyarakat, karena kami memang tujuannya untuk memberikan literasi, informasi dan edukasi kepada masyarakat sehingga masyarakat mempunyai kecakapan dalam transformasi digital”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

e. *What Effect (Apa Akibatnya)*

What effect merujuk pada akibat atau hasil dari proses komunikasi. Efek yang ditimbulkan adalah perubahan perilaku seseorang setelah ditimpa informasi (pesan) oleh komunikator secara langsung maupun melalui media. Seiring perkembangan teknologi yang signifikan membuat media menjadi sebuah kebutuhan. Kini manusia bergantung pada media dan media juga menjadi faktor penentu dalam kehidupan modern ini. Sangat besar pengaruh media sehingga jika tidak digunakan dengan bijak maka akan banyak terjadi penyimpangan dalam penggunaan media.

Berdasarkan jawaban yang diperoleh dari informan maka diketahui bahwa efek yang ditimbulkan dari penggunaan media sebagai sarana dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yaitu sisi positifnya ialah informasi lebih cepat tersampaikan dan lebih efisien. Sebab saat ini sudah serba digital, apalagi penggunaan media sosial kini hampir rata-rata semua masyarakat sudah menggunakan media sosial. Namun masih terdapat kendala seperti jaringan di beberapa daerah yang sulit didapatkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh beberapa informan. Berikut hasil wawancara :

“Efek yang ditimbulkan dari penggunaan media sebagai sarana dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital itu informasi lebih cepat tersampaikan dan efisien. Karena kan sekarang sudah serba digital apalagi media lebih ke media sosial orang sudah menggunakan hampir rata-rata semua sudah menggunakan media sosial jadi lebih cepat informasi tersampaikan dan efisien itu positifnya, namun masih terdapat kendala seperti jaringan di beberapa daerah yang sulit didapatkan”. (Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

Selain itu Informan II juga menambahkan bahwasanya efek dari penggunaan media dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yaitu masyarakat dapat mengikuti kegiatan dengan lebih mudah, cepat dan efisien, apalagi saat ini semua orang sudah menjadikan media khususnya media sosial sebagai kebutuhan.

Masyarakat kini tidak bisa ketinggalan dan jauh dari *smartphone* atau gawai mereka. Hal tersebut merupakan dampak negatif dari penggunaan media, karena anak-anak khususnya jadi kecanduan dan malas melakukan kegiatan lain. Oleh sebab itu diperlukan literasi digital agar masyarakat tidak menyalahgunakan penggunaan media khususnya media sosial. Berikut hasil wawancara:

“Efek dari penggunaan media dalam diseminasi informasi publik tentang literasi digital yaitu masyarakat dapat mengikuti kegiatan dengan lebih mudah,

cepat dan efisien ya, apalagi saat ini semua orang sudah menjadikan media khususnya media sosial sebagai kebutuhan. Masyarakat kini tidak bisa ketinggalan dan jauh dari *smartphone* atau gawai mereka. Nah itu dampak negatif juga ya karena anak-anak khususnya jadi kecanduan dan malas melakukan kegiatan lain, sehingga diperlukan literasi digital agar masyarakat tidak menyalahgunakan penggunaan media khususnya media sosial”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

Kemudian informan III juga melengkapi jawaban informan di atas sebagai berikut

:

“Efeknya itu menjadi lebih mudah dan cepat. Dengan kemudahan tersebut diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mendapatkan informasi yang mereka butuhkan sekaligus memberikan edukasi bagaimana membedakan informasi yang fakta dan hoaks. Sehingga dapat membentuk masyarakat untuk berfikir kritis dan memecahkan masalah-masalah yang ada dihadapannya serta meningkatkan kreativitas dan kapasitas komunikasi dengan beragam orang yang berbeda”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa efek dari penggunaan media itu menjadi lebih mudah dan cepat. Dengan kemudahan tersebut diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mendapatkan informasi yang mereka butuhkan sekaligus memberikan edukasi bagaimana membedakan informasi yang fakta dan hoaks. Sehingga dapat membentuk masyarakat untuk berfikir kritis dan memecahkan masalah-masalah yang ada dihadapannya serta meningkatkan kreativitas dan kapasitas komunikasi dengan beragam orang yang berbeda.

Komunikasi dua arah ialah proses dimana komunikator (pengirim informasi) mengirimkan informasi dan komunikan (penerima informasi) melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan tanggapan terhadap informasi tersebut. (Bungin, 2014, p. 258).

Dari hasil penelitian, audiens diberikan kesempatan untuk menanggapi secara langsung diakhir kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital. Hal ini membuktikan bahwa interaksi dalam kegiatan diseminasi informasi publik tentang literasi digital menggunakan komunikasi dua arah (interaksional). Berikut hasil wawancara:

“Iya ada, karena setiap kegiatan itu minimal waktunya satu jam, 30 atau 40 menit untuk narasumber, sisanya untuk bertanya jawab”.

(Hasil wawancara dengan informan I pada tanggal 7 Juni 2021).

“Iya masyarakat diberikan kesempatan untuk diskusi bersama, jadi audiens bisa bertanya langsung dengan narasumber”. (Hasil wawancara dengan informan II pada tanggal 7 Juni 2021).

“Itu sudah pasti kita memberi kesempatan seluas-luasnya untuk tanggapan atau masukkan seluruhnya kita terima dan itu akan kita bicarakan untuk kemajuan forum ini selanjutnya”. (Hasil wawancara dengan informan III pada tanggal 9 Juni 2021).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa kegiatan diseminasi informasi publik yang dilakukan FPKIE GMR telah berlangsung cukup efektif. Pola komunikasi yang digunakan ialah komunikasi dua arah (interaksional) yaitu FPKIE GMR sebagai komunikator yang memberikan informasi lalu audiens sebagai komunikan diberi kesempatan untuk memberikan tanggapan terhadap informasi yang diterima dari komunikator.

Diseminasi informasi publik dilakukan melalui dua metode, yaitu tatap muka dan melalui media. Diseminasi informasi secara tatap muka dilakukan dengan sosialisasi ke Kabupaten dan Kota di Provinsi Riau, sedangkan diseminasi informasi melalui media dilakukan dengan menggunakan berbagai kanal media yaitu, *Zoom Meeting, Google Meet, YouTube, Instagram, Facebook, dan WhatsApp*.

B. Saran

Penulis dalam hal ini memberikan saran kepada FPKIE GMR untuk dapat membentuk forum ini di setiap Kabupaten dan Kota di Propinsi Riau agar dalam pelaksanaan kegiatannya dapat lebih terkoordinir dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggito, A. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
 Bungin, B. (2014). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
 Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Jurnal

- Anisasari, A. Z. (2016). Pola Komunikasi antara Pemerintah dan Organisasi Kepemudaan Tingkat Kabupaten Sleman. *Adinegara*, 5, 4.
 Bassar, E. (2015). Diseminasi Informasi Publik Tentang Peringatan Dini Bencana (Studi Kasus Penyebaran Informasi Peringatan Dini oleh BMKG kepada Pekerja Media). *Visi Komunikasi*, 90-103.
 Kusumajanti dkk. (2018). Diseminasi Informasi Publik oleh Humas Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia dalam Meningkatkan Public Awareness. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*.
 Latuconsina, D. A. (2019). Pola Komunikasi Guru di Ruang Publik Sekolah. *Al - iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4, 67.
 Priyatna, P. S. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Kajian komunikasi*, 8, 114-127.
 Yuliyastika, S. S. (2019). Pola Komunikasi Dakwah Da'i dan Da'iyah Kota Banda Aceh. *Stimulus: Internasional Journal of Communication and Social Science*, 1, 55-77.

Website

- Cahyadi, I. R. (2020, November Jumat). *Survei KIC: Hampir 60% Orang Indonesia Terpapar Hoax Saat Mengakses Internet*. Retrieved Maret Sabtu, 2021, time 14.00 WIB, from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/digital/700917/survei-kic-hampir-60-orang-indonesia-terpapar-hoax-saat-mengakses-internet>

Redaktur. (2021, Januari Senin). *Kadiskominfotik Riau Ajak Awak Media Cegah Penyebaran Berita Hoax*. Retrieved April Sabtu, 2021, time 15.30 WIB, from <https://mediacenter.riau.go.id:https://mediacenter.riau.go.id/read/59673/> kadiskominfotik-riau-ajak-awak-media-cegah-pe.html

Undang-Undang dan Arsip

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2009 Tentang Diseminasi Informasi Nasional

Surat Keputusan Gubernur Riau Nomor : Kpts. 1520/X/2020 Tentang Pembentukan Forum Pengembang Komunikasi, Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau

Profil Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau

Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Forum Pengembang Komunikasi Informasi dan Edukasi Generasi Muda Provinsi Riau

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN
2962-4169
Volume 4
Nomor 1
Juni 2025

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

Sosialisasi E-Voting Pada Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Pringsewu

Socialization of E-Voting in the Village Head Election in Pringsewu Regency

Hariz A'Rifa'i¹, Darra Ananda², Nanang Trenggono³, Andy Corry Wardhani⁴

^{1,2,3,4}Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, Bandar Lampung
Penulis korespondensi: Telpon. +62-858-4145-7044; e-mail: harizarifai@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Pringsewu berhasil melaksanakan pemilihan kepala pekon secara E-Voting di 19 pekon dengan sukses dan tanpa sengketa hasil. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui bagaimana kegiatan sosialisasi E-Voting dengan kekurangan dan kelebihan serta mengidentifikasi bagaimana pola penyampaian pesan yang terbentuk dalam sosialisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teoretis difusi inovasi, dengan hasil yang mengungkapkan tahapan, proses, saluran komunikasi, dan peran dimensi waktu dalam sosialisasi E-Voting. Penelitian ini menggambarkan proses sosialisasi E-Voting pada pemilihan kepala pekon di Kabupaten Pringsewu, melibatkan tahapan persiapan awal, komunikasi intensif, dan adaptasi masyarakat. Tahap awal mencakup strategi sosialisasi menggunakan video tutorial untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap inovasi E-Voting sebagai langkah menuju efisiensi dalam pemilihan kepala pekon. Proses sosialisasi didukung oleh tokoh-tokoh masyarakat, termasuk tokoh agama, pengurus masjid, dan pemerintahan desa, memastikan penerimaan inovasi tanpa melanggar nilai-nilai sosial dan budaya. Saluran komunikasi melibatkan media resmi pemerintah dan sosial, serta pertemuan langsung di tempat-tempat strategis seperti masjid dan Tempat Pemungutan Suara (TPS). Dimensi waktu memainkan peran penting, dengan persiapan inovasi dimulai sejak 2019 dan sosialisasi teknis intensif setelah regulasi diterbitkan pada tahun 2022. Analisis juga mengidentifikasi hambatan-hambatan, termasuk kurangnya keterampilan SDM, keterbatasan waktu, masalah EKTP, dan kesulitan orang lanjut usia. Kesimpulannya, kesuksesan implementasi inovasi bergantung pada kesiapan SDM, manajemen waktu, pemeliharaan teknis, dan pendekatan khusus terhadap kelompok masyarakat tertentu.

Kata kunci: Pola Komunikasi, Sosialisasi E-Voting

Abstract

The Pringsewu Regency successfully conducted the E-Voting system for the election of village heads in 19 villages, achieving success without any disputes over the results. This research adopts a qualitative approach with the theoretical framework of innovation diffusion, revealing stages, processes, communication channels, and the role of time

dimensions in E-Voting socialization. The study illustrates the process of E-Voting socialization in the election of village heads in Pringsewu Regency, involving initial preparation stages, intensive communication, and community adaptation. The initial stage includes socialization strategies using video tutorials to enhance the community's understanding of E-Voting innovation as a step towards efficiency in electing village heads. The socialization process is supported by community figures, including religious leaders, mosque administrators, and village government officials, ensuring the innovation's acceptance without violating social and cultural values. Communication channels involve official government and social media, as well as direct meetings in strategic locations such as mosques and Polling Stations (TPS). The time dimension plays a crucial role, with innovation preparations starting in 2019 and intensive technical socialization after regulations were issued in 2022. The analysis also identifies obstacles, including a lack of human resource skills, time limitations, E-KTP issues, and difficulties faced by the elderly.

Keywords: *Communication patterns, E-Voting Socialization*

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Desa memiliki peran yang sangat penting dalam dinamika pemerintahan tingkat desa. Kepala Desa tidak hanya merupakan figur pemimpin lokal, tetapi juga menjadi perwakilan masyarakat dalam mengelola sumber daya dan merumuskan kebijakan yang memengaruhi kehidupan sehari-hari penduduk desa. Oleh karena itu, integritas, kompetensi, dan legitimasi proses pemilihan kepala desa menjadi faktor penentu dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat desa. Meskipun tujuan dari pemilihan kepala desa adalah untuk menciptakan kepemimpinan yang mewakili keinginan mayoritas masyarakat, seringkali proses tersebut diwarnai oleh sejumlah tantangan yang dapat mengganggu kelancaran dan keadilan. Beberapa tantangan tersebut melibatkan masalah dalam proses pemilihan, potensi kecurangan, intimidasi, dan pelanggaran etika dalam arena politik desa. Tantangan dalam proses pemilihan kepala desa sering kali berujung pada munculnya sengketa hasil. Sengketa ini dapat timbul karena ketidakpuasan terhadap proses pemilihan yang dianggap tidak adil, adanya pelanggaran etika selama masa kampanye, atau dugaan kecurangan dalam perhitungan suara.

Era digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam proses pemilihan kepemimpinan. Salah satu implementasi dari e-government adalah penerapan teknologi digital dalam pemungutan suara yang dikenal sebagai *electronic voting* (E-Voting). E-Voting merupakan metode pemungutan suara dan penghitungan suara dalam pemilihan menggunakan teknologi elektronik. Menurut *The Council of Europe* (CoE), E-Voting adalah perangkat pemberian suara secara elektronik yang memiliki potensi untuk mempercepat tabulasi data, mengurangi biaya pemilihan, dan mencegah pemilih yang tidak berhak. Penggunaan E-Voting pertama kali dicatat pada pemilihan presiden di Amerika Serikat pada tahun 1964 dengan menggunakan sistem kartu berlubang (*punched card system*) (Risnanto, 2017).

Penerapan E-Voting di Indonesia sebagai salah satu metode pemungutan suara, sesuai dengan putusan Mahkamah Konstitusi No.147/PUU-VII/2009, telah membuka

Hariz A'Rifa'i, Darra Ananda, Nanang Trenggono, Andy Corry W.

peluang untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam proses pemilihan kepala desa. Implementasi pertama E-Voting di Indonesia terjadi pada pemilihan kepala desa di Kabupaten Jembrana, Provinsi Bali, pada tahun 2009. Keputusan ini memberikan beberapa keuntungan, termasuk efisiensi waktu dalam proses pemungutan dan penghitungan suara, serta potensi untuk mengurangi konflik pasca-pemilihan. Namun, E-Voting juga dihadapi oleh sejumlah tantangan yang memerlukan perhatian serius. Salah satu tantangan utama adalah kehilangan hak pilih oleh warga yang belum memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) elektronik. Selain itu, kendala dalam memfasilitasi pemilih dengan kebutuhan khusus, seperti tunanetra, juga menjadi isu yang perlu diatasi (Ihksan Darmawan dkk, 2014).

Pada tahun 2022, Kabupaten Pringsewu menjadi pionir dengan menerapkan metode E-Voting dalam pemilihan kepala pekon (Pilkakon) di 19 pekon secara serentak. Inovasi ini menjadi yang pertama dilaksanakan di Provinsi Lampung dan pertama di Indonesia yang menggunakan E-KTP sebagai kartu identitas pemilih sekaligus kartu tapping mesin pemilihan. Pelaksanaan pemilihan E-Voting ini terbilang berhasil tanpa adanya sengketa hasil, sehingga 19 Kepala Pekon terpilih dapat dilantik. Sosialisasi E-Voting oleh panitia pemilihan kepala pekon memiliki peran krusial dalam memastikan suksesnya proses demokrasi tingkat pekon. Sosialisasi oleh panitia pemilihan kepala pekon perlu memfokuskan pada prosedur dan tata cara pemilihan kepala desa agar semua warga desa memahami langkah-langkah yang harus diikuti, terutama karena ini adalah kali pertama sistem E-Voting digunakan. Informasi tentang kriteria calon, persyaratan pencalonan, serta hak dan kewajiban pemilih juga perlu disampaikan secara jelas. Selain itu, penting untuk menyosialisasikan jadwal pelaksanaan pemilihan agar warga dapat mengatur waktu dan partisipasi mereka secara optimal.

Dalam konteks komunikasi politik, sosialisasi program E-Voting menjadi suatu fungsi komunikasi persuasif. Sosialisasi ini berperan memberitahukan atau menerangkan muatan persuasif terkait metode pemilihan baru ini. Sosialisasi oleh penyelenggara pemilu menjadi faktor kunci dalam membentuk pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap inovasi ini. Komunikasi politik dalam konteks ini merupakan proses penyampaian pesan politik yang terjadi saat fungsi-fungsi lainnya dijalankan, termasuk sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, membuat peraturan, aplikasi peraturan, dan adjudikasi peraturan (Rush dan Althoff, 1997). Dalam konteks sosialisasi E-Voting, pemahaman terhadap pola penyampaian pesan menjadi krusial. Terutama, mengingat bahwa penyebaran informasi pada pemilihan Kepala Pekon melibatkan penggunaan teknologi digital, yang merupakan tantangan tersendiri bagi masyarakat pekon. Sebagaimana disoroti oleh Safitri dan rekan-rekan (2019), proses komunikasi dalam konteks ini dapat dianggap setara dengan proses difusi. Penerapan prinsip difusi inovasi menjadi kunci, di mana penyampaian pesan tidak hanya berperan sebagai alat informasi, melainkan juga sebagai sarana untuk menciptakan perubahan positif dalam perilaku dan pandangan audiens terhadap inovasi yang diperkenalkan.

Melihat kesuksesan Kabupaten Pringsewu dalam Pemilihan Kepala Pekon melalui metode E-Voting, penting untuk diakui bahwa proses sosialisasi menjadi faktor krusial yang berdampak signifikan pada kelancaran dan hasil pemilihan tersebut. Mengingat

dinamika yang muncul dan kompleksitasnya situasi, penelitian ini tertarik untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut terkait dengan proses sosialisasi E-Voting pada pemilihan kepala pekon di Kabupaten Pringsewu. Dalam upaya ini, penelitian akan mengadopsi teori difusi inovasi sebagai kerangka konseptual, memberikan landasan yang kuat untuk menyelidiki aspek-aspek sosialisasi yang memainkan peran penting dalam penerimaan dan implementasi metode E-Voting tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan dan pola komunikasi mengenai sosialisasi *e-voting* pada pemilihan kepala desa di kabupaten Pringsewu dengan menggunakan teori difusi inovasi sebagai kerangka kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti dengan menggambarkan proses sosialisasi E-Voting pada pemilihan kepala pekon di Kabupaten Pringsewu, melibatkan tahapan persiapan awal, komunikasi intensif, dan adaptasi masyarakat. Tahap awal mencakup strategi sosialisasi menggunakan video tutorial untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap inovasi E-Voting sebagai langkah menuju efisiensi dalam pemilihan kepala pekon. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara intensif dengan 5 informan yang merupakan Pejabat Dinas PMP Kabupaten Pringsewu dan Panitia Pemilihan Kepala Pekon, Masyarakat Pemilih. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis melalui reduksi data, penyajian, kemudian disimpulkan atau verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada latar belakang inovasi pemilihan kepala pekon E-Voting, terdapat penjelasan mengenai sejarah dan persiapan awal penggunaan E-Voting di Kabupaten Pringsewu. Program E-Voting telah dipersiapkan sejak tahun 2019, dengan pembuatan regulasi yang melibatkan peraturan daerah dan peraturan bupati. Penggunaan E-Voting juga dipicu oleh adanya program smart city yang mencakup fitur E-Voting, dan uji coba pertama dilaksanakan di Pringsewu. Dalam konteks sosial, penggunaan E-Voting bertujuan untuk meminimalisir biaya dan waktu yang dibutuhkan dalam pemilihan kepala pekon. Selain itu, ada upaya untuk mengurangi perjudian yang terkait dengan pemilihan dan menghilangkan gugatan yang sering muncul dalam pemilihan konvensional.

Cara kerja pemilihan kepala pekon E-Voting dijelaskan dengan rinci. Mekanisme pelaksanaannya hampir mirip dengan pemilihan konvensional, dengan perbedaan bahwa E-Voting dibantu oleh mesin pemilihan. Proses dimulai dengan pendataan pemilih (DPS RT) yang berkunjung ke rumah warga untuk meminta KTP Elektronik. KTP ini kemudian diinput ke mesin tapping, yang memiliki chip. Apabila ada warga yang belum memiliki KTP atau KTP yang tidak dapat terkoneksi dengan mesin, perekaman dan pembuatan KTP baru dilakukan. Setelah proses perekaman chip KTP selesai, panitia pemilihan melakukan penetapan Daftar Pemilih Tetap (DPT). Pada hari pemilihan, pemilih diarahkan untuk mendaftar dengan menge-tapping mesin pendaftaran, selanjutnya ke mesin pemilihan untuk memilih ("tutul"), dan terakhir, melakukan foto selfie di mesin.

Hariz A'Rifa'i, Darra Ananda, Nanang Trenggono, Andy Corry W.

Dalam kutipan yang diambil dari narasumber, Aziz Mahendra, seorang anggota panitia E-Voting, menggarisbawahi bahwa E-Voting membuat proses pemilihan menjadi lebih cepat, efisien, dan sederhana, dengan pemilih hanya perlu beberapa langkah singkat untuk selesai melakukan pemilihan.

“Pokoknya Kalo evoting ini kita lebih efisien, lebih cepat enggak kayak dulu. Ribet banget lah kita harus datang, kita nunggu lama antri gitu kan? Kalo sekarangi kita bisa langsung datang tapping KTP trus kita milih tutul-tutul bahasanya layar sentuh, foto selfie terus keluar udah. sangat simpel, satu menit pun selesai.” (Aziz Mahendra, Panitia E-Voting Pekon Wonodadi, 30 Mei 2023)

Sedangkan menurut informan 4 dalam proses pemilihan menggunakan e-voting ini menimbulkan tingkat partisipasi warga yang cukup tinggi.

“... Tingkat partisipasi termasuk tinggi hampir mencapai 1500 pemilih, kalau pilihan-pilihan yang lain tentunya kalau DPT 1500 paling hanya 800 yang menggunakan hak pilihnya, hampir separuhnya atau berkisar 60% tapi kalau kemarin Termasuk tinggi ada diatas 80 % jadi hampir semua ikut.” (Sugeng Kurniadi, Aparatur Pekon Keputran, 30 Mei 2023)

Hasil analisis mengenai latar belakang inovasi E-Voting dan cara kerja pemilihan kepala pekon E-Voting berdasarkan teori difusi inovasi memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang implementasi E-Voting dalam pemilihan kepala pekon di Kabupaten Pringsewu dan bagaimana inovasi ini berdampak pada efisiensi dan pengurangan masalah yang terkait dengan pemilihan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan diatas ditemukan bahwa strategi sosialisasi pemilihan kepala pekon secara E-Voting dilakukan dengan beberapa langkah, sebagai berikut :

1. Pemberitahuan Tahun Sebelumnya dan Pembentukan Tim Sosialisasi: Sosialisasi dimulai sekitar satu tahun sebelum pelaksanaan pemilihan kepala pekon E-Voting. Pihak terkait, seperti Camat dan Desa, diberitahu tentang penggunaan E-Voting pada pilkakon tahun depan. Regulasi terkait E-Voting diterbitkan pada bulan Februari, dan video tutorial pertama kali dibuat pada bulan Februari 2022. Tim sosialisasi dan dibentuk kemudian bekerja membuat video simulasi dan sosialisasi teknis village, terbentuk tim teknis sejumlah 98 orang untuk 98 tps yang tersebar di 19 pekon dengan klasifikasi utama menguasai IT.
2. Sosialisasi Secara Manual dan Video Tutorial: Sosialisasi dilakukan melalui dua metode utama, yaitu secara manual dan melalui video tutorial. Proses pemilihan E-Voting, termasuk tahapan dari KPPS yang menggunakan KTP pemilik pertama, disampaikan melalui video tutorial. Panitia pemilihan menyebarkan video ini kepada mata pilih untuk dilihat. Informasi juga disampaikan secara manual.
3. Pemanfaatan Media Milik Pemerintah: Media milik pemerintah, seperti website

- resmi pekon dan grup WhatsApp (WA), digunakan untuk menyebarkan informasi tentang E-Voting. Informasi ini dapat lebih cepat menjangkau stakeholders terkait, dan link-link info disebarakan melalui WA.
4. Simulasi Langsung di Lapangan: Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat, simulasi langsung dilakukan di lapangan. Sejumlah simulasi diadakan di berbagai desa, dihadiri oleh perwakilan dari Dinas, Kementerian Dalam Negeri, serta pemerintah provinsi dan kabupaten. Simulasi ini bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana proses pemilihan E- Voting berlangsung secara praktis.
 5. Safari Ramadhan dan Sosialisasi di Masjid dan Sekolah: Pada saat bulan Ramadhan, panitia pemilihan memanfaatkan momen safari Ramadhan untuk memberitahu masyarakat tentang E-Voting. Mereka berkunjung ke masjid dan sekolah untuk memberikan informasi kepada warga bahwa pilkakon tahun ini akan menggunakan sistem E-Voting. Petugas panitia juga menjelaskan bahwa KTP dapat digunakan untuk daftar tapping di sistem E- Voting.
 6. Banner Informasi di Balai Desa dan Tempat Publik: Informasi tentang E- Voting juga disebarakan melalui pemasangan banner di Balai Desa dan lokasi publik lainnya. Ini membantu memastikan bahwa pesan tentang E-Voting sampai ke masyarakat setempat.
 7. Sosialisasi Langsung ke Masyarakat melalui Panitia TPS: Panitia sekretariat membentuk panitia TPS yang bertanggung jawab untuk melakukan sosialisasi langsung kepada warga yang berada di TPS masing-masing. Mereka menyusun jadwal sosialisasi di berbagai TPS dan mengundang masyarakat untuk hadir. Selain itu, informasi juga diposting di website pekon, yang terhubung dengan Facebook, untuk menjangkau lebih banyak orang.
 8. Sosialisasi melalui WhatsApp (WA): Informasi juga disebarakan melalui WhatsApp. Link-link informasi dikirim melalui WA kepada kontak-kontak penting, termasuk kontak kades dan panitia lainnya. Ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan efektif di tingkat masyarakat setempat.
 9. Tanggapan Positif dari Masyarakat: Masyarakat merespons positif terhadap informasi yang mereka terima. Mereka menyoroti kecepatan, efisiensi, dan kesederhanaan sistem E-Voting dibandingkan dengan pemilihan konvensional menggunakan surat dan kotak suara, serta menyadari manfaatnya dalam menghemat waktu.

Dengan berbagai strategi sosialisasi ini, pemerintah setempat dan panitia pemilihan telah berhasil memastikan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam pemilihan kepala pekon E-Voting di Kabupaten Pringsewu. Ini mencerminkan upaya yang serius untuk memperkenalkan inovasi ini dan memastikan kesuksesannya.

1. Pembahasan

Sosialisasi pada pemilihan kepala pekon di kabupaten pringsewu bukan hanya berkaitan dengan informasi umum yang berulang kali di sampaikan pada setiap pemilihan kepala pekon, dikarenakan dengan diadopsinya metode e-voting sosialisasi juga berkaitan dengan bagaimana e-voting sebagai sebuah inovasi dapat diterima. Penting karenanya

penyampaian pesan yang disampaikan dapat terdistribusi melalui saluran dan metode yang baik agar menghasilkan pemahaman yang optimal pada masyarakat pemilih. Menurut Rogers (1983), proses penyebaran inovasi terdiri dari tiga elemen kunci, yaitu Tahap Awal, Proses, dan Konsekuensi. Berikut adalah pembahasan tentang bagaimana proses penyampaian pesan yang dilihat dari teori difusi inovasi pada pemilihan kepala pekon E-Voting di Kabupaten Pringsewu.

a. Tahap Awal

Tahap awal dalam difusi inovasi mencakup penerimaan awal terhadap ide atau gagasan inovasi. Dalam kasus pemilihan kepala pekon E-Voting di Kabupaten Pringsewu, faktor-faktor yang memengaruhi tahap awal penerimaan ide inovasi melibatkan kepribadian penerima, wawasan sosial yang lebih luas (cosmopolitanism), dan kebutuhan untuk memiliki inovasi baru tersebut. (Rogers, 1995). Terdapat berbagai macam kepribadian penerima informasi yang memengaruhi cara individu atau kelompok merespons dan mengadopsi inovasi atau informasi baru seperti e-voting. Dalam hal ini penerima informasi inovasi e-voting sendiri adalah masyarakat yang berada dalam daerah pemilihan, baik yang bertindak sebagai aparatur maupun yang hanya sebagai pemilih. Seperti pada masyarakat pedesaan pada umumnya, masyarakat pekon yang ada di kabupaten pringsewu memiliki kepatuhan terhadap aparatur desa dan tokoh masyarakat setempat, sehingga keputusan yang diambil para *opinion leaders* tersebut dapat mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat setempat. Pekon di kabupaten pringsewu juga dikenal sebagai pekon yang cukup mapan menerapkan digitalisasi dalam pemerintahan, sehingga masyarakatnya cenderung terbuka pula dengan adanya inovasi yang berkaitan dengan digitalisasi pada pemilihan kepala pekon. Selain itu dengan kondisi pemilihan konvensional yang dianggap penuh celah untuk melakukan kecurangan ada pihak-pihak yang memanfaatkannya, selain untuk kemenangan calon juga kemenangan dalam perjudian. Terakhir pada pemilihan kepala pekon menggunakan metode konvensional ditemukan beberapa gugatan baik pada proses pelaksanaan sampai dengan hasil perhitungan suara oleh calon yang kalah. Sementara itu sistem e-voting menawarkan pelaksanaan yang efisien secara biaya dan waktu, juga keamanan pada sistem pelaksanaan pemilihan dan perhitungan hasil suara.

b. Proses

Tahap proses dalam difusi inovasi melibatkan penentuan apakah individu atau kelompok akan menerima atau memiliki inovasi tersebut. Ini didukung oleh pengetahuan tentang inovasi dan penilaian terhadap nilai-nilai sistem sosial yang ada. Penting bahwa inovasi ini tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat, sehingga mereka dapat menerima perubahan dan beradaptasi dengan inovasi tersebut. Pada tahap ini, Dinas PMP Kabupaten Pringsewu mengambil langkah-langkah penting dalam menjalankan strategi sosialisasi. Mereka menggunakan video tutorial sebagai salah satu alat sosialisasi untuk membuka wawasan masyarakat terhadap inovasi E-Voting. Masyarakat

diinformasikan tentang keefektifan dan efisiensi sistem E-Voting dibandingkan dengan pemilihan manual. Ini adalah langkah penting karena pemilihan E-Voting pertama kali diterapkan di Provinsi Lampung, membuatnya menjadi inovasi yang cukup baru. Penggunaan KTP elektronik sebagai ID pemilih juga merupakan kebaruan di Indonesia. Menurut sekretaris Dinas PMP Kabupaten Pringsewu, inovasi ini sejalan dengan visi Gubernur Lampung untuk mengembangkan Provinsi Lampung menjadi smart city.

Hal diatas dapat dimaknai sebagai komunikasi persuasif, dimana komunikasi persuasi berkaitan dengan upaya meyakinkan orang lain untuk menerima ide atau pandangan tertentu (Effendy, 2009). Dalam konteks strategi sosialisasi Dinas PMP Kabupaten Pringsewu, upaya mereka untuk meyakinkan masyarakat tentang manfaat E-Voting dan penggunaan KTP elektronik dapat dilihat sebagai upaya persuasif. Dalam penyebaran inovasi sistem E-Voting, pemerintah Kabupaten Pringsewu bermitra dengan tokoh masyarakat, termasuk tokoh agama, pengurus masjid, dan pemerintahan desa setempat. Mereka bekerja sama dengan tingkat RT sampai kepada Kepala Pekon untuk meyakinkan masyarakat bahwa sistem ini tidak melanggar nilai-nilai pemilihan yang ada sebelumnya. Komunikasi ini sejalan dengan Teori Efek Pemimpin di mana individu-individu tertentu dalam kelompok atau masyarakat memiliki pengaruh dan kepercayaan lebih dari anggota lainnya (Ardianto, 2014). Dalam kebudayaan masyarakat kabupaten pringsewu yang mayoritas beragama islam dan bersuku jawa, ketokohan seorang ulama/kiyai kampung ditempatkan sebagai salah satu rujukan masyarakat dalam memperoleh informasi dan sumber pengetahuan. Selain itu dalam urusan kesehariannya, masyarakat sering menggantungkan informasi dan keputusan pada pamong, tokoh masyarakat atau aparatur pekon, sehingga apa-apa yang disampaikan dalam sosialisasi yang melibatkan tokoh masyarakat akan punya peluang lebih mudah diterima dan dimengerti.

c. Konsekuensi

Pada tahap konsekuensi dalam proses difusi inovasi, terdapat dua kemungkinan yang bisa terjadi, yaitu diterima dan dilanjutkan atau ditolak, (Rogers, 1995). Dalam kasus pemilihan kepala pekon E-Voting di Kabupaten Pringsewu, akhirnya inovasi ini diterima dan diimplementasikan. Salah satu alasan kuat mengapa inovasi E-Voting ini diterima adalah efisiensi waktu dan biaya yang ditawarkannya. Pemilihan kepala pekon sebelumnya seringkali memakan waktu hingga larut malam atau bahkan dini hari saat penghitungan suara. Sistem E-Voting dianggap sebagai solusi yang lebih efisien dalam hal ini, meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk proses pemilihan. Selain itu, sistem ini juga dianggap dapat mengurangi peluang untuk perilaku negatif seperti perjudian yang sering terjadi dalam pemilihan kepala pekon sebelumnya. Meskipun inovasi ini diterima secara umum, tidak dapat dihindari bahwa masih ada kritik-kritik yang disampaikan oleh masyarakat terkait pelaksanaannya. Beberapa di antaranya mencakup masalah teknis, seperti kendala teknis pada peralatan di beberapa lokasi yang mengalami error. Selain itu, penting untuk memperhatikan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang lebih kompeten dalam pelaksanaan sistem E-Voting. SDM

yang lebih mumpuni akan menjadi kunci untuk mengatasi kendala yang mungkin muncul di lapangan.

Dalam kesimpulan, meskipun ada tantangan teknis dan perlu perbaikan dalam implementasi, inovasi pemilihan kepala pekon E-Voting di Kabupaten Pringsewu telah diterima dengan baik oleh masyarakat karena efisiensi waktu dan biaya yang dihadapkannya. Kritik-kritik tersebut juga dapat digunakan sebagai masukan untuk terus memperbaiki dan mengembangkan sistem ini agar menjadi lebih baik di masa depan. Dengan demikian, pemilihan kepala pekon E-Voting menjadi contoh yang sukses dalam mengadopsi inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas dalam proses demokrasi lokal.

d. Kelebihan dan Kekurangan Sosialisasi Kelebihan

Sosialisasi yang dilaksanakan berjalan dengan mendalam dan masif sehingga memiliki keunggulan yang signifikan dalam membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait suatu hal, terutama dalam konteks pemilihan umum. Salah satu metode yang terbukti efektif adalah melakukan sosialisasi secara langsung dari rumah ke rumah. Melalui pemungutan E-KTP oleh RT, informasi dan edukasi dapat disampaikan dengan lebih personal dan mendalam kepada setiap individu di tingkat masyarakat yang lebih mikro. Metode ini membuka ruang untuk dialog interaktif antara penyelenggara pemilihan dan warga, memungkinkan pertukaran informasi yang lebih rinci dan jawaban langsung terhadap pertanyaan atau keraguan yang mungkin dimiliki oleh masyarakat. Pendekatan ini membangun kepercayaan karena menunjukkan komitmen penuh terhadap penyampaian informasi yang benar dan akurat, serta memastikan bahwa setiap warga memahami pentingnya peran mereka dalam proses demokrasi.

Proses sosialisasi diatas dapat sebagai komunikasi persuasif, sebuah proses komunikasi yang fokus pada upaya untuk memengaruhi atau meyakinkan audiens melalui komunikasi (Perloff, 2017). Aspek yang dapat kita kaji yang pertama adalah personalisasi pesan, Melalui sosialisasi langsung dari rumah ke rumah, penyelenggara pemilihan dapat memberikan informasi secara lebih personal kepada masyarakat. Penggunaan E-KTP oleh RT menciptakan kesempatan untuk memberikan pesan yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan individu. Personalisasi pesan adalah salah satu elemen kunci dalam komunikasi persuasif. Dengan menyajikan informasi secara personal, pesan menjadi lebih dapat diterima dan membangun koneksi emosional dengan audiens.

Selanjutnya dapat kita temui aspek Pembangunan Kepercayaan dan Kredibilitas, Sosialisasi langsung menunjukkan komitmen penuh terhadap penyampaian informasi yang benar dan akurat. Melibatkan warga secara langsung melalui pemungutan E-KTP oleh RT dapat membangun kepercayaan terhadap proses demokrasi. Kepercayaan dan kredibilitas pemancar pesan adalah unsur kunci dalam persuasi. Dengan menunjukkan komitmen dan integritas dalam penyampaian informasi, penyelenggara pemilihan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilihan.

Sosialisasi yang dilakukan terkait dengan implementasi sistem e-voting di kabupaten pringsewu juga terdapat beberapa kekurangan,

- a. Penetapan waktu sosialisasi terlalu singkat, sudah semestinya waktu menjadi faktor krusial yang dalam proses sosialisasi. Penyebaran inovasi memerlukan waktu yang cukup untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan penerimaan dari masyarakat. Ketika waktu terbatas, pesan-pesan sosialisasi mungkin tidak dapat disampaikan dengan efektif, dan kesempatan untuk merespon pertanyaan atau kekhawatiran masyarakat bisa terbatas.
- b. Karena keterbatasan waktu yang disediakan maka Dinas PMP Kabupaten Pringsewu tidak memiliki waktu yang optimal dalam menyiapkan dan mengedukasi panitia penyelenggara, hal tersebut berdampak pada ketersediaan panitia dengan pemahaman yang memadai di setiap pekon dan Tempat Pemungutan Suara (TPS) dalam mengoperasikan sistem e-voting.
- c. Tidak adanya strategi khusus dalam mensosialisasikan pemilihan e-voting pada kalangan lanjut usia. Mereka mungkin memiliki kesulitan dalam memahami dan menggunakan inovasi baru. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi khusus dan bantuan yang lebih untuk membantu mereka mengikuti proses inovasi. Pemberian panduan secara langsung, pelatihan khusus, dan pendekatan yang ramah lansia dapat membantu mengatasi hambatan ini, memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat dari e-voting tanpa ada yang tertinggal.

Pentingnya mengidentifikasi dan mengatasi keurangan ini tidak dapat diabaikan dalam konteks sosialisasi e-voting. Dengan mengadopsi strategi yang memperhitungkan berbagai kendala yang mungkin muncul, pihak penyelenggara dapat meningkatkan efektivitas sosialisasi dan memastikan bahwa seluruh masyarakat dapat berpartisipasi dengan percaya diri dan memahami dalam proses pemilihan umum yang modern.

Dalam rangka memahami secara lebih mendalam proses sosialisasi e-voting, terdapat tiga tahap yang dilibatkan hingga mencapai masyarakat pemilih. Pada tahap pertama, Dinas PMP Kabupaten Pringsewu memegang peran sebagai komunikator utama yang mengorganisir dan menyampaikan sosialisasi. Sosialisasi ini dirancang untuk menyampaikan kebijakan inovasi e-voting dan aspek teknis pemilihan kepada pihak-pihak terkait, termasuk pemerintah kecamatan, pekon, Badan Himpun Pekon, dan Panitia yang telah dibentuk. Sosialisasi dilaksanakan secara formal dalam agenda resmi pemerintah daerah Kabupaten Pringsewu dengan mengundang peserta ke kantor Dinas PMP Kabupaten Pringsewu, dilengkapi dengan sesi simulasi.

Pada tahap kedua, sosialisasi dilakukan oleh Aparatur Pekon dan Panitia kepada Tokoh Masyarakat dan Tokoh Agama, dengan tujuan menciptakan kolaborasi dalam penyebaran inovasi e-voting. Tahap ini diimplementasikan melalui pertemuan informal di balai pekon dan kunjungan ke rumah-rumah para tokoh. Pesan yang disampaikan mencakup pemahaman tentang sistem pemilihan e-voting, aspek teknis pemilihan, dan pembangunan kepercayaan publik.

Tahap terakhir dalam proses sosialisasi melibatkan langsung para panitia dan tokoh masyarakat yang telah berkolaborasi dalam menjangkau masyarakat di 19 pekon yang akan

mengikuti pemilihan. Untuk mencapai sebanyak mungkin masyarakat pemilih, panitia menggunakan strategi sosialisasi massal dan persuasif. Sosialisasi massal dilakukan melalui media baliho, surat kabar, siaran radio, dan media sosial. Selain itu, sarana keagamaan dan sekolah juga dimanfaatkan, dengan sosialisasi dijalankan oleh tokoh agama dan guru sekolah. Pendekatan persuasif dilakukan melalui kunjungan rumah ke rumah oleh pamong atau RT, sekaligus melakukan pendataan E-KTP pemilih. Dengan kombinasi pola sosialisasi massal dan persuasif, diharapkan proses ini dapat mencakup seluruh lapisan masyarakat pemilih dan berhasil mewujudkan kesuksesan inovasi pemilihan melalui e-voting.

KESIMPULAN

Proses Sosialisasi E-Voting melibatkan berbagai tahapan yang mencakup persiapan awal, komunikasi intensif, dan adaptasi oleh masyarakat, pada tahap awal, Dinas PMP Kabupaten Pringsewu mempersiapkan strategi sosialisasi dengan menggunakan video tutorial untuk membuka wawasan masyarakat tentang inovasi E-Voting. Inovasi ini dipandang sebagai langkah menuju efisiensi dan efektivitas dalam pemilihan kepala pekon. Proses sosialisasi E-Voting didukung oleh tokoh-tokoh masyarakat, termasuk tokoh agama, pengurus masjid, dan pemerintahan desa. Kolaborasi dengan mereka membantu meyakinkan masyarakat bahwa E-Voting tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang ada sebelumnya. Dalam komunikasi, peran opinion leader diakui berperan penting dalam mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap inovasi. Saluran komunikasi yang digunakan dalam sosialisasi E-Voting melibatkan media resmi pemerintah, seperti website pekon, siaran radio daerah, serta media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Sosialisasi juga dilakukan melalui pertemuan langsung di tempat-tempat strategis seperti masjid dan TPS. Dimensi waktu memiliki peran penting dalam proses difusi inovasi. Persiapan inovasi E-Voting dimulai sejak 2019, dan regulasi yang mendukungnya diterbitkan pada tahun 2022. Sosialisasi teknis intensif dilakukan setelah regulasi tersebut diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adistyraningsih.DP dan Wisnumurti.A, 2019. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk Meningkatkan Partisipasi Politik dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Gianya, *SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 10 (2): 60–64
- Ardial, 2018. *Komunikasi Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Peawai*, Medan: lembang dan penulisan ilmiah aqli, 4.
- Bungin, 2007. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Britha Mikkelsen, 2011. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan*. Publisher, Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Changara, H. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua. PT Raja Grafindo Persada
- . 2013. *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Grafindo Persada. Jakarta

Crab dan Lan, 1992. *Teori-teori Sosial Modern*, Jakarta: CV Rajawali, hlm.68.

Darmawan dkk, 2016. Kinerja Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintahan Desa (BPMPD) Dalam Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Serentak Melalui Metode Electronic Voting (E-Voting) Di Kabupaten Bantaeng Provinsi Sulawesi Selatan, *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Volume VI No.1, Hlm.67-84*

Effendy, O, 1986. *Dimensi Dimensi Komunikasi*, Bandung : Alumni

———. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 11-14.

Elvinaro Ardianto, 2014. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014

H.A.W.Widjaja. 2002. *Otonomi Daerah Dan Daerah Otonomi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Hermawan. A, 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama

Juliman, 2017. Implementasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Menggunakan Metode Elektronik Voting (E-Voting) Di Kabupaten Empat Lawang Provinsi Sumatera Selatan, *Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik, Volume 6 No. 3*

Kriyantono.R, 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Morissan,MA. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Mulyana, D. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosda Karya

———. 2004. *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 3.

Nurudin. 2008. *Komunikasi Propaganda*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya

Moleong.L, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosda karya, 157

Perloff, Richard M. 2017. *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century Sixth Edition*. New York: Routledge

Purwasito.A, 2002. *Komunikasi Multikultural*, Surakarta: Muhammadiyah University Press

Rahmat.Dj, 2005. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 48 dan 79.

Ritzer dan George, 2010. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Romli, Khomsahrial. 2016. *KOMUNIKASI MASSA*. Jakarta: PT Grasindo,

Rondonuwu, S. A. 2018. Peranan Opinion Leader dalam Menyampaikan Pesan Tentang Pembangunan Desa di Desa Lantung Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik*,.

Hariz A'Rifa'i, Darra Ananda, Nanang Trenggono, Andy Corry W.

Safitri dkk, 2019. Difusi Inovasi Program Pemerintah: Studi Komunikasi Pembangunan Pada Kelompok Wanita Tani Anugrah Kabupaten Padang Pariaman, *JISPO Volume 9 No. 2. Hlm. 4-5*

Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.

Setyabudi, Djoko. 2014. Komunikasi Sosial. Banten: Universitas Terbuka.

Sudarsono.A dan Wijayanti.A, 2016. *Pengantar Sosiologi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Susanto, 1992. *Sosialisasi Pelayanan*, Malang: Universitas Kanjuruhan, hlm.163

Susanto, Astrid. 1992. Filsafat Komunikasi. Bandung:Binacipta.

Syarbaini, Syahrial. 2004. Sosiologi dan Politik. Jakarta: Ghalia Indonesia

Sutaryo, 2004. *Dasar-Dasar Sosialisasi*, Jakarta: Rajawali Press, hlm.156

Suyanto, 2006. *Sosialisasi Teks Pengantar dan Terapan*, Jakarta: Kencana, 2006, hlm.121

Trenggono. N, 2004. Konstruksi Komunikasi Internasional. *Mediator Volume 5 No 1*

Wardhani 2002. Kontribusi Komunikasi pada Teori Pembangunan.*Mediator Volume 3 No 2*

Wulansari dan Dewi, 2009. *Sosiologi : Konsep dan Teori*, Bandung: PT. Rafika Aditama, hlm.174

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962-4169

Volume 4
Nomor 1

Juni 2025

KONTEKSTUAL

Jurnal Ilmu Komunikasi

www.ubl.ac.id/kontekstual

Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila

Ethics of Political Communication Narrative Based on Pancasila Ideology

M. Ibnu Naufal Maskuri

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

*Penulis korespondensi: Telpon. +62-81246602990; e-mail: m.ibnunaufal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan ideologi Pancasila dalam konteks kehidupan politik di Indonesia. Pancasila, sebagai dasar negara, memiliki nilai-nilai yang dapat dijadikan pedoman dalam membangun narasi komunikasi politik yang demokratis, inklusif, dan mengedepankan keadilan sosial. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap penerapan setiap sila dalam Pancasila dalam praktik komunikasi politik yang bertujuan untuk membentuk persepsi publik yang positif, mengurangi polarisasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses politik. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan library research, yang mengandalkan studi pustaka, dokumen, serta berbagai referensi terkait dengan teori komunikasi politik dan ideologi Pancasila. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik yang beretika harus mencerminkan nilai-nilai Pancasila, seperti menghormati keberagaman, menjunjung tinggi musyawarah dan mufakat, serta memperjuangkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Implementasi etika narasi komunikasi politik berlandaskan Pancasila dapat memperkuat persatuan bangsa, meningkatkan kualitas demokrasi, dan mendorong tercapainya kesejahteraan sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa setiap aktor politik, baik politisi, media, maupun masyarakat, memiliki tanggung jawab besar dalam membangun narasi yang berlandaskan Pancasila untuk menciptakan komunikasi politik yang lebih beretika. Penerapan prinsip-prinsip Pancasila dalam narasi politik dapat mengurangi ketegangan sosial dan mendorong tercapainya tujuan bersama, yaitu mewujudkan Indonesia yang adil, sejahtera, dan bersatu.

Kata Kunci: Etika, Narasi, Komunikasi Politik, Ideologi Pancasila.

Abstract

This study aims to examine the ethics of political communication narratives based on the Pancasila ideology in the context of political life in Indonesia. Pancasila, as the foundation of the state, has values that can be used as guidelines in building a democratic, inclusive, and social justice-oriented political communication narrative. In this study, an analysis was conducted on the application of each principle in Pancasila in political communication practices that aim to form positive public perceptions, reduce polarization, and increase community participation in the political process. The research method

used is qualitative research with a library research approach, which relies on literature studies, documents, and various references related to political communication theory and the Pancasila ideology. The results of the study indicate that ethical political communication must reflect the values of Pancasila, such as respecting diversity, upholding deliberation and consensus, and fighting for social justice for all Indonesian people. The implementation of the ethics of political communication narratives based on Pancasila can strengthen national unity, improve the quality of democracy, and encourage the achievement of social welfare. This study concludes that every political actor, be it politicians, media, or society, has a great responsibility in building a narrative based on Pancasila to create more ethical political communication. The application of Pancasila principles in political narratives can reduce social tensions and encourage the achievement of common goals, namely realizing a just, prosperous, and united Indonesia.

Keywords: *Ethics, Narrative, Political Communication, Pancasila Ideology.*

PENDAHULUAN

Komunikasi politik memiliki peranan yang sangat vital dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, terutama di negara dengan keberagaman budaya, agama, dan suku seperti Indonesia. (T. P. Pureklolon, 2016). Di Indonesia, yang mengadopsi Pancasila sebagai dasar negara, narasi komunikasi politik seharusnya selalu berpedoman pada nilai-nilai mulia yang terkandung dalam Pancasila. Pancasila tidak hanya berfungsi sebagai dasar hukum, tetapi juga sebagai pedoman moral dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam komunikasi politik (T. T. Pureklolon, 2020). Namun, dalam penerapannya, narasi komunikasi politik sering menghadapi berbagai tantangan kompleks, seperti munculnya polarisasi, penyebaran hoaks, serta perbedaan penafsiran terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. (Zuhdi, 2020a). Oleh karena itu, penting untuk memahami etika narasi komunikasi politik yang sesuai dengan ideologi Pancasila.

Indonesia sebagai negara yang mengusung sistem demokrasi, memerlukan komunikasi politik yang mampu menjaga kestabilan sosial dan menghindari ketegangan antar kelompok yang berbeda (Badrun, 2022). Dengan populasi yang sangat beragam, komunikasi politik sering kali menjadi sarana untuk merangkul atau bahkan memecah belah berbagai kelompok tersebut. Terkadang, narasi komunikasi politik yang digunakan oleh aktor-aktor politik tidak sesuai dengan semangat Pancasila, seperti menonjolkan perbedaan yang ada daripada mempererat persatuan (Shahreza, 2018). Oleh karena itu, penelitian mengenai etika komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila sangat penting untuk menilai sejauh mana nilai-nilai Pancasila tercermin dalam narasi yang dibangun oleh aktor politik.

Secara historis, Pancasila sebagai ideologi bangsa Indonesia lahir dari hasil musyawarah yang melibatkan berbagai kelompok masyarakat Indonesia pada masa awal kemerdekaan (Mahardika, 2018). Salah satu tujuan utamanya adalah untuk menciptakan keadilan sosial dan kesatuan bangsa. Namun, implementasi dari nilai-nilai Pancasila sering kali terhambat oleh dinamika politik yang berkembang, seperti perbedaan kepentingan antar partai politik, kelompok masyarakat, atau bahkan individu (Mali & Fransiskus, 2024). Dalam komunikasi politik, seringkali terdapat perbedaan antara apa yang seharusnya disampaikan dan kenyataan di lapangan, di mana narasi yang dibangun lebih sering memprioritaskan kepentingan kelompok tertentu daripada kepentingan bangsa secara keseluruhan.

Komunikasi politik yang tidak beretika, misalnya dengan menyebarkan informasi yang menyesatkan atau memperuncing perbedaan, jelas bertentangan dengan prinsip Pancasila, yang mengutamakan musyawarah dan mufakat. Polarisasi politik yang terjadi dalam masyarakat Indonesia sering kali disebabkan oleh penggunaan narasi politik yang mengedepankan perbedaan, ketegangan, dan saling serang antar pihak (Heryanto, 2020). Pada titik ini, Pancasila sebagai ideologi yang menekankan persatuan dan kerukunan, menjadi landasan yang sangat relevan untuk menata ulang pola komunikasi politik di Indonesia.

Selain itu, etika narasi komunikasi politik juga menjadi isu yang semakin kompleks dengan berkembangnya teknologi informasi. Sifat penyebaran informasi yang sangat cepat melalui media sosial menyebabkan kebenaran dan kebohongan seringkali tercampur, sehingga memengaruhi cara pandang masyarakat. Hoaks dan berita bohong semakin sering ditemukan, terutama dalam situasi politik yang penuh dengan ketegangan (Suharyanto, 2019). Dalam konteks ini, ideologi Pancasila yang mengedepankan kejujuran dan keadilan sosial harus dijadikan pedoman untuk memastikan bahwa komunikasi politik yang terjadi dapat memajukan kepentingan umum, bukan hanya kepentingan segelintir pihak.

Di sisi lain, banyak pihak yang berpendapat bahwa Pancasila sudah tidak relevan lagi sebagai landasan komunikasi politik. Pandangan ini muncul karena adanya kecenderungan untuk mengedepankan nilai-nilai pragmatis yang dianggap lebih sesuai dengan situasi politik kontemporer (Noor, 2016). Namun sebenarnya, Pancasila tetap relevan karena nilai-nilai universalnya, seperti keadilan, persatuan, dan kemanusiaan, merupakan nilai yang tidak hanya berlaku di Indonesia, tetapi juga di seluruh dunia (Zuchron, 2021). Karena itu, sangat penting untuk menggali lebih dalam bagaimana narasi komunikasi politik di Indonesia seharusnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Pancasila, sehingga komunikasi tersebut dapat menghasilkan situasi politik yang sehat dan kondusif.

Tantangan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mengidentifikasi dan menganalisis narasi-narasi komunikasi politik yang mengandung elemen-elemen etika serta kesesuaian dengan Pancasila. Narasi komunikasi politik yang bertanggung jawab harus mampu menghindari penyebaran kebencian, diskriminasi, atau penghasutan yang dapat merusak persatuan bangsa (Umar, 2021). Di sisi lain, komunikasi politik juga harus bisa menciptakan ruang bagi dialog dan musyawarah yang menghargai perbedaan dan berorientasi pada solusi yang adil bagi seluruh masyarakat.

Perlu juga diperhatikan bahwa etika dalam narasi komunikasi politik tidak hanya berlaku pada komunikasi yang dilakukan oleh politisi, tetapi juga melibatkan media massa sebagai agen penyebar informasi. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena media sosial telah merubah lanskap komunikasi politik, di mana setiap orang kini memiliki akses untuk menyebarkan informasi (Khatimah et al., 2024). Hal ini mengharuskan adanya kehati-hatian dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. Apakah narasi yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai Pancasila? Ataukah malah memperburuk keadaan dengan menyebarkan hoaks dan ujaran kebencian? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang perlu dijawab dalam penelitian ini.

Selain itu, perlu dilakukan kajian mengenai peran lembaga-lembaga negara, seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Dewan Pers, dalam memastikan etika komunikasi politik tetap terjaga di media massa. Lembaga-lembaga ini memiliki tanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi komunikasi politik yang terjadi, terutama di media massa dan media

sosial (Al Azis, 2021). Melalui pengawasan yang ketat, mereka dapat memastikan bahwa narasi komunikasi politik yang berkembang di masyarakat tetap berpegang pada nilai-nilai Pancasila.

Seiring dengan perkembangan demokrasi yang semakin dinamis, peran komunikasi politik juga semakin kompleks. Oleh karena itu, penelitian mengenai etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila akan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan sistem politik Indonesia yang lebih sehat dan inklusif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi para aktor politik, media, dan masyarakat untuk berkomunikasi dengan etika dan tanggung jawab, sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Pada akhirnya, penting untuk menyadari bahwa narasi komunikasi politik bukan hanya alat untuk memenangkan kontestasi politik, tetapi juga sarana untuk membangun kesadaran kolektif yang dapat memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia. Dalam konteks inilah, penelitian ini mencoba menggali lebih dalam tentang bagaimana etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan ideologi Pancasila dapat menciptakan situasi politik yang lebih inklusif, adil, dan beradab bagi seluruh rakyat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yang berfokus pada pengumpulan dan analisis sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan topik penelitian (Mahanum, 2021). Dalam konteks ini, penelitian akan menggali literatur-literatur yang berkaitan dengan etika komunikasi politik, ideologi Pancasila, serta hubungan antara keduanya. Berbagai buku, artikel ilmiah, jurnal, dokumen negara, dan laporan penelitian yang membahas komunikasi politik, prinsip etika dalam politik, serta nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila akan dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana narasi komunikasi politik di Indonesia seharusnya dibentuk berdasarkan nilai-nilai Pancasila.

Melalui *library research*, peneliti akan melakukan kajian terhadap teori-teori komunikasi politik dan etika dalam komunikasi, serta mendalami interpretasi ideologi Pancasila dalam konteks komunikasi politik di Indonesia. Penelitian ini juga akan membandingkan berbagai pandangan mengenai penerapan nilai-nilai Pancasila dalam komunikasi politik serta mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat mengenai bagaimana etika narasi komunikasi politik dapat dijaga dan disesuaikan dengan ideologi Pancasila di tengah dinamika politik Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses penyebaran informasi, pesan, dan gagasan yang berkaitan dengan politik antara para aktor politik, media, dan masyarakat (Muslimin, 2019). Tujuan utama komunikasi politik adalah untuk membentuk opini publik, memengaruhi perilaku politik, serta memperkuat atau mengubah sikap dan pandangan politik masyarakat (Sarihati et al., 2022). Dalam komunikasi politik, informasi disampaikan melalui berbagai saluran, seperti media massa, media sosial, pidato politik, atau debat publik, untuk mencapai efek yang diinginkan oleh aktor politik, seperti memenangkan pemilu atau mendukung kebijakan tertentu (Heryanto, 2018).

Berbagai teori dalam komunikasi politik membantu untuk memahami bagaimana pesan-pesan politik disampaikan dan diterima. Teori agenda setting, misalnya, menunjukkan bagaimana media dapat mempengaruhi agenda politik dengan menentukan isu-isu apa yang akan dibicarakan dan diprioritaskan oleh publik (Ardila et al., 2024). Media memiliki peran penting dalam memberi fokus pada masalah-masalah tertentu, yang kemudian mempengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu tersebut. Selain itu, teori spiral keheningan menjelaskan bahwa individu yang merasa pendapatnya berbeda dari mayoritas cenderung memilih untuk diam, karena takut mendapat isolasi sosial. Ini menciptakan kesan bahwa opini mayoritas lebih dominan daripada yang sebenarnya (Hadi et al., 2020).

Teori lain yang relevan dalam komunikasi politik adalah teori framing, yang berfokus pada cara media dan aktor politik membingkai isu tertentu untuk mempengaruhi cara publik memahami masalah tersebut (Widyaya & Setiawan, 2023). Framing dapat merujuk pada cara-cara tertentu dalam penyajian informasi, yang dapat menekankan aspek positif atau negatif dari sebuah isu. Misalnya, media dapat memilih untuk menggambarkan kebijakan pemerintah sebagai "langkah besar menuju kemajuan" atau sebagai "kebijakan kontroversial yang menambah ketidakadilan," yang akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Teori-teori ini membantu menjelaskan dinamika dalam komunikasi politik yang terjadi antara media, politisi, dan publik.

Pancasila sebagai dasar ideologi negara Indonesia

Pancasila sebagai ideologi negara Indonesia adalah dasar filosofi yang menyatukan bangsa Indonesia dalam keberagaman, mencakup agama, suku, budaya, serta pandangan hidup (Zuchron, 2021). Pancasila tidak hanya berperan sebagai panduan moral dan etika dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, tetapi juga sebagai landasan dalam sistem pemerintahan, hukum, serta interaksi sosial. Kelima sila dalam Pancasila mengandung nilai-nilai mulia yang menekankan pentingnya persatuan, keadilan sosial, demokrasi, serta penghormatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan (Novitasari et al., 2023). Dalam konteks ini, Pancasila bertujuan untuk membangun tatanan kehidupan yang harmonis dan adil, menyelesaikan perbedaan yang ada di masyarakat, serta menempatkan kepentingan bersama sebagai prioritas utama.

Sebagai dasar ideologi negara, Pancasila juga berperan sebagai alat pemersatu bagi bangsa Indonesia yang kaya akan keberagaman (Pattipeilohy & Saingo, 2023). Dalam sejarahnya, Pancasila dirancang sebagai solusi untuk mengatasi perbedaan-perbedaan yang ada dalam masyarakat Indonesia yang terdiri dari beragam suku, agama, ras, dan budaya (Husna & Najicha, 2023). Dengan menekankan sila pertama yang mengakui adanya Tuhan yang Maha Esa, sila kedua yang menghormati kemanusiaan, serta sila ketiga yang mengedepankan persatuan, Pancasila menjadi dasar yang penting dalam menjaga stabilitas sosial dan politik di Indonesia. Ideologi ini mengajarkan pentingnya menjaga keseimbangan antara kebebasan individu dengan kepentingan bersama sebagai bangsa.

Pancasila juga mencerminkan demokrasi yang berpihak pada rakyat, di mana setiap kebijakan yang diambil harus berlandaskan pada prinsip musyawarah untuk mufakat dan mengutamakan kesejahteraan sosial. Sila kelima Pancasila yang berbunyi Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia, menekankan pentingnya pemerataan ekonomi dan keadilan dalam pembagian kekayaan. Dengan demikian, Pancasila bukan hanya sebagai dasar ideologi dalam kehidupan bernegara, tetapi juga sebagai pedoman dalam membangun masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera, yang menjaga harmoni antarindividu dan kelompok dalam kerangka kebangsaan (Trisno et al., 2024).

Narasi Komunikasi Politik Dalam Konteks Pancasila

Dalam kerangka ideologi Pancasila, narasi komunikasi politik seharusnya menonjolkan nilai-nilai yang terkandung dalam setiap sila Pancasila sebagai dasar moral dan etika dalam berkomunikasi. Nilai-nilai tersebut meliputi penghargaan terhadap kemanusiaan, persatuan, demokrasi, keadilan sosial, serta kesejahteraan bersama. Namun, dalam praktiknya, komunikasi politik di Indonesia sering kali menghadapi tantangan untuk tetap konsisten dengan prinsip-prinsip tersebut (Sofiyana et al., 2021). Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menyeimbangkan kepentingan politik individu atau kelompok dengan kepentingan kolektif bangsa. Dalam beberapa kasus, narasi politik lebih mengedepankan kepentingan jangka pendek atau golongan tertentu, yang berpotensi menimbulkan ketegangan sosial dan konflik, terutama dalam masyarakat yang pluralistik seperti Indonesia (Rahman, 2020).

Ketidaksesuaian narasi komunikasi politik dengan nilai-nilai Pancasila terlihat jelas dalam praktik politik yang sering kali mengedepankan retorika yang bersifat provokatif dan memecah belah. Polarisasi politik yang terjadi di ruang publik, baik melalui media sosial maupun kampanye politik, seringkali lebih mengarah pada eskalasi perbedaan daripada menjembatani persatuan (Nurhaidah, n.d.). Hal ini bertentangan dengan sila ketiga Pancasila, "Persatuan Indonesia," yang mengharuskan komunikasi politik untuk memperkuat rasa kebersamaan di tengah keberagaman masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi narasi politik yang berkembang untuk mengedepankan nilai musyawarah dan mufakat, sesuai dengan Sila keempat Pancasila yang menekankan pentingnya kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan politik.

Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila

Etika dalam komunikasi politik memiliki peran penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya efektif dalam mencapai tujuan politik, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip moral dan sosial yang lebih umum. Dalam hal ini, etika komunikasi politik yang berdasarkan Pancasila mengharuskan adanya kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan. Politisi, sebagai aktor utama dalam komunikasi politik, harus mempertimbangkan dampak dari setiap narasi yang mereka bangun, terutama dalam menyampaikan informasi kepada publik (Putra, 2019). Kejujuran dalam menyampaikan fakta dan data yang akurat sangat penting untuk menghindari penyebaran informasi yang menyesatkan, seperti hoaks dan berita palsu, yang dapat merusak tatanan sosial dan demokrasi.

Selain itu, komunikasi politik yang beretika harus menghindari segala bentuk ujaran kebencian dan diskriminasi terhadap kelompok-kelompok tertentu. Komunikasi yang inklusif, yang menghargai perbedaan agama, suku, ras, dan pandangan politik, lebih sesuai dengan nilai Pancasila yang mengutamakan penghargaan terhadap kemanusiaan dan keragaman (Chang & Cap, 2018). Dalam hal ini, prinsip sila kedua Pancasila, "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab," harus tercermin dalam setiap narasi yang disampaikan oleh aktor politik. Etika dalam komunikasi politik juga menuntut agar narasi yang dibangun memperhatikan keberlanjutan jangka panjang, dengan tidak hanya mengejar tujuan jangka pendek yang merugikan kelompok atau pihak lain, tetapi juga berfokus pada kepentingan bersama dan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

a. Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila: Sila Pertama

Sila pertama Pancasila, yaitu "Ketuhanan yang Maha Esa," memiliki peran fundamental dalam membentuk etika narasi komunikasi politik di Indonesia. Sila ini menegaskan pentingnya penghargaan terhadap keberagaman keyakinan dan kebebasan beragama dalam masyarakat Indonesia yang plural. Dalam konteks komunikasi politik, prinsip ini menuntut narasi yang mengedepankan nilai-nilai religius yang bersifat inklusif, menghormati semua pemeluk agama, dan menghindari diskriminasi atau penyalahgunaan agama dalam politik. Oleh karena itu, narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila pertama harus dapat menciptakan ruang bagi dialog yang membangun, tanpa ada upaya untuk memanfaatkan agama demi kepentingan politik.

Salah satu aspek etika utama yang terkandung dalam sila pertama adalah penghormatan terhadap kebebasan beragama (Ohoiwutun, 2018). Dalam narasi komunikasi politik, ini berarti bahwa aktor politik harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak mengandung unsur yang dapat merendahkan atau mendiskreditkan agama atau keyakinan tertentu. Kampanye politik yang berbasis agama, misalnya, harus mengedepankan prinsip saling menghormati dan toleransi antar umat beragama, tanpa memanfaatkan sentimen keagamaan untuk memenangkan dukungan politik (Asrori, 2017). Dalam hal ini, komunikasi politik yang beretika harus senantiasa menjaga keseimbangan antara kebebasan berpendapat dan penghormatan terhadap keyakinan orang lain.

Selanjutnya, dalam penerapan etika komunikasi politik berlandaskan sila pertama, penting bagi politisi dan media untuk menghindari narasi yang mengandung ujaran kebencian berbasis agama (Luthfi, 2018). Seringkali, dalam situasi politik yang tegang, beberapa pihak mencoba memanfaatkan perbedaan agama untuk membangun polarisasi sosial (Kuswandro, 2023). Hal ini dapat menciptakan ketegangan yang merusak persatuan bangsa, yang jelas bertentangan dengan nilai Pancasila. Oleh karena itu, narasi yang dibangun harus menekankan pada persatuan dalam perbedaan, serta menghargai hak setiap individu untuk memeluk agama dan keyakinannya tanpa adanya intimidasi atau diskriminasi.

Penting juga untuk dicatat bahwa sila pertama menuntut adanya pemahaman yang mendalam tentang spiritualitas yang meresapi kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai bagian dari etika komunikasi politik, narasi yang dibangun tidak hanya harus mengedepankan toleransi, tetapi juga harus menyentuh dimensi kemanusiaan yang lebih dalam. Dengan kata lain, narasi komunikasi politik harus mampu menyentuh nilai-nilai kemanusiaan yang bersifat universal, yang berakar pada ajaran agama masing-masing, namun disampaikan dengan cara yang dapat diterima oleh semua pihak, tanpa memperburuk polarisasi.

Etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila pertama Pancasila juga memerlukan keterlibatan aktif media dalam menjaga pesan-pesan yang disampaikan. Media memainkan peran penting dalam mendidik masyarakat tentang pentingnya menjaga etika dalam berkomunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan isu-isu keagamaan (Trisiana et al., 2023). Sebagai contoh, media harus bertanggung jawab dalam menyaring dan menyebarkan informasi yang tidak mengandung unsur provokatif atau yang dapat menyinggung perasaan agama atau kelompok tertentu. Dalam hal ini, media memiliki tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan mendukung terciptanya masyarakat yang damai dan harmonis.

Dalam prakteknya, tantangan terbesar dalam penerapan etika komunikasi politik berdasarkan sila pertama adalah munculnya ekstremisme atau radikalisme yang menggunakan agama sebagai alat politik. Ada beberapa pihak yang dengan sengaja menggunakan agama untuk membangun kekuatan politik dengan cara-cara yang tidak beretika, seperti menyebarkan kebencian, fitnah, atau bahkan menghasut kekerasan atas nama agama (Umar, 2021). Tentu saja, hal ini sangat bertentangan dengan nilai-nilai Pancasila yang menekankan kedamaian, persatuan, dan kemanusiaan. Oleh karena itu, penting bagi setiap aktor politik untuk menjaga agar narasi komunikasi politik yang mereka sampaikan tetap berfokus pada prinsip-prinsip luhur yang terkandung dalam sila pertama, dan tidak terjebak dalam politik identitas yang memecah belah.

Terakhir, meskipun tantangan dalam menerapkan etika komunikasi politik berlandaskan sila pertama Pancasila sangat besar, peluang untuk menciptakan komunikasi politik yang damai dan berbasis pada nilai kebersamaan masih sangat terbuka. Untuk itu, pendidikan politik yang berbasis pada nilai-nilai Pancasila perlu diperkuat, agar masyarakat dapat lebih memahami pentingnya komunikasi yang mengedepankan rasa saling menghormati. Dalam konteks ini, politisi dan tokoh agama juga harus memainkan peran penting dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya memelihara keharmonisan sosial, dengan menjunjung tinggi prinsip "Ketuhanan yang Maha Esa" dalam setiap narasi yang dibangun. Dengan demikian, etika komunikasi politik yang berlandaskan sila pertama Pancasila dapat menciptakan ruang bagi masyarakat yang lebih adil, damai, dan bersatu.

b. Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila: Sila kedua

Sila kedua Pancasila, yaitu "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab," mengandung makna yang sangat penting dalam membentuk etika narasi komunikasi politik di Indonesia. Sila ini mengharuskan setiap narasi komunikasi politik yang disampaikan oleh aktor politik, media, dan masyarakat untuk mencerminkan nilai-nilai kemanusiaan yang mengutamakan keadilan, penghormatan terhadap martabat manusia, serta menghindari diskriminasi (Suarlin & Fatmawati, 2022). Dalam konteks komunikasi politik, narasi yang berlandaskan sila kedua harus memastikan bahwa setiap individu dihargai dan diperlakukan dengan adil tanpa adanya ketidakadilan sosial, diskriminasi rasial, atau penindasan berdasarkan status sosial.

Narasi komunikasi politik yang beretika, sesuai dengan sila kedua Pancasila, memprioritaskan hak asasi manusia dalam setiap pesan yang disampaikan. Hal ini berarti bahwa setiap kampanye politik atau pernyataan publik dari para politisi harus menjaga integritas dan martabat individu. Tidak boleh ada ruang untuk narasi yang merendahkan kelompok tertentu atau menstigma individu berdasarkan latar belakang, agama, etnis, atau orientasi politik. Keberagaman harus diterima dan dihargai dalam narasi politik yang dibangun, serta dijadikan sebagai kekuatan untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan harmonis (Rasyid et al., 2024). Oleh karena itu, komunikasi politik harus menghindari ujaran kebencian, fitnah, dan segala bentuk pemecahan belah yang dapat merusak keharmonisan sosial.

Selain itu, sila kedua menekankan pentingnya keadilan sosial. Dalam narasi komunikasi politik, hal ini berarti bahwa setiap kebijakan atau keputusan politik yang diambil harus berfokus pada pemerataan hak, akses, dan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia. Etika dalam komunikasi politik yang berlandaskan sila kedua

Pancasila harus dapat mengedepankan prinsip keadilan dalam pembagian sumber daya, peluang kerja, pendidikan, dan fasilitas publik (Iswardhana, 2020). Kampanye politik yang mengedepankan keadilan sosial akan memperhatikan kebutuhan dan hak-hak kelompok yang paling terpinggirkan, seperti masyarakat miskin, perempuan, anak-anak, dan kelompok difabel. Ini bertujuan untuk memastikan bahwa tidak ada satu pun golongan yang merasa terabaikan atau ditindas dalam proses politik.

Penerapan etika komunikasi politik yang berlandaskan sila kedua juga membutuhkan kesadaran akan pentingnya proses demokrasi yang berkeadilan. Setiap narasi politik yang dibangun harus memberikan ruang yang cukup bagi setiap individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik dan sosial. Hal ini sejalan dengan prinsip keadilan yang terkandung dalam sila kedua, yang mengharuskan agar tidak ada diskriminasi dalam pemberian hak politik, baik dalam pemilihan umum, pengambilan keputusan publik, maupun dalam kebebasan berbicara dan berkumpul (Harefa & Fatolosa Hulu, 2020). Narasi politik yang mengedepankan etika ini akan mendorong transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi aktif dalam sistem pemerintahan.

Namun, meskipun sila kedua menuntut penerapan keadilan dalam setiap aspek kehidupan, tantangan dalam implementasinya sangat besar. Politik identitas, misalnya, dapat mengarah pada ketidakadilan sosial jika tidak dikelola dengan bijaksana. Beberapa narasi komunikasi politik dapat memperburuk ketegangan sosial dengan menciptakan sekat-sekat identitas yang memisahkan kelompok satu dengan kelompok lainnya (Fautanu, 2025). Karena itu, sangat penting bagi setiap aktor politik untuk mengutamakan nilai-nilai persatuan dan keharmonisan, serta menghindari politik yang bersifat eksklusif atau memperburuk perbedaan.

Dalam konteks media massa, etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila kedua juga memerlukan keterlibatan aktif untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak menambah ketidakadilan atau ketimpangan sosial. Media memiliki tanggung jawab moral untuk menyajikan berita dan narasi yang objektif, adil, dan menghindari penyebaran informasi yang dapat menimbulkan kecemasan, kebencian, atau ketidakadilan terhadap kelompok tertentu (Taufik & Suryana, 2022). Penyiaran informasi yang adil dan berimbang akan membantu menciptakan iklim politik yang sehat, di mana setiap pihak merasa didengar dan dihargai (Hikmat, 2020).

Penerapan etika komunikasi politik yang berlandaskan sila kedua juga mengharuskan politisi dan pembuat kebijakan untuk memiliki empati terhadap masyarakat yang termarginalkan atau kurang beruntung. Mereka harus mampu menyampaikan pesan politik yang tidak hanya menguntungkan kelompok mayoritas, tetapi juga memberi perhatian pada kelompok minoritas atau yang terdampak kebijakan yang tidak adil. Dalam hal ini, komunikasi politik yang beretika seharusnya mendorong dialog dan keterlibatan sosial yang memperhatikan kesejahteraan dan hak-hak semua anggota masyarakat, tanpa kecuali. Dengan demikian, sila kedua Pancasila akan terwujud dalam praktik komunikasi politik yang adil, manusiawi, dan menghargai setiap individu.

c. Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila: Sila ketiga

Sila ketiga Pancasila, yang berbunyi "Persatuan Indonesia," merupakan prinsip dasar yang menggarisbawahi pentingnya menjaga kesatuan dan keharmonisan di

tengah keragaman masyarakat Indonesia (Aulia & Julita, 2024). Dalam konteks etika narasi komunikasi politik, sila ketiga mengharuskan setiap narasi yang disampaikan untuk membangun dan memperkuat rasa persatuan antarindividu dan kelompok, tanpa memandang perbedaan agama, suku, ras, atau pandangan politik. Oleh karena itu, narasi komunikasi politik yang beretika berlandaskan sila ketiga harus mengedepankan nilai-nilai inklusivitas dan toleransi, serta menghindari segala bentuk polarisasi yang dapat merusak keharmonisan sosial.

Dalam prakteknya, komunikasi politik yang berlandaskan sila ketiga Pancasila harus mampu meredakan ketegangan sosial dan menyatukan masyarakat yang beragam (Novanda et al., 2024). Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengedepankan pesan-pesan yang mengutamakan kebersamaan dan tujuan bersama, bukan sekadar kepentingan kelompok atau golongan tertentu. Politisi dan aktor politik lainnya harus menyadari bahwa dalam negara yang pluralistik seperti Indonesia, narasi yang dibangun harus lebih menekankan pada persatuan, bukan perpecahan. Dalam hal ini, etika narasi komunikasi politik harus selalu berfokus pada membangun solidaritas antarwarga negara dan menghindari penyebaran retorika yang dapat memecah belah.

Sebagai landasan etika dalam komunikasi politik, prinsip ini mendorong partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat dalam diskursus politik. Narasi yang dibangun oleh politisi atau media massa seharusnya tidak hanya berfokus pada memenangkan perdebatan atau menarik simpati berdasarkan kepentingan kelompok, tetapi harus mencerminkan upaya untuk mencari solusi terbaik bagi seluruh bangsa. Dalam hal ini, komunikasi politik yang beretika harus menekankan pada pentingnya dialog yang konstruktif dan saling mendengarkan, dengan tujuan akhir memperkuat persatuan dan kesejahteraan bersama.

Etika narasi komunikasi politik berlandaskan sila ketiga Pancasila juga berarti menghindari penggunaan politik identitas yang dapat memperburuk polarisasi di masyarakat. Di era digital seperti saat ini, narasi politik yang berbasis identitas seringkali digunakan untuk meraih simpati kelompok tertentu, meskipun dengan cara yang dapat membangkitkan perasaan kebencian terhadap kelompok lain (Kuswandoro, 2023). Oleh karena itu, penting bagi aktor politik dan media untuk menjaga narasi mereka agar tidak terjerumus dalam narasi yang mengarah pada ketegangan antar kelompok, baik itu berdasarkan agama, ras, etnis, atau pandangan politik. Komunikasi politik yang etis berlandaskan sila ketiga harus menjaga keseimbangan antara mengakui keberagaman dan menjaga kesatuan bangsa (Hidayat & Suwanto, 2020).

Selain itu, sila ketiga menekankan pentingnya pemerataan kesejahteraan di seluruh wilayah Indonesia. Narasi komunikasi politik yang beretika harus mampu menyoroti kesenjangan sosial dan ekonomi yang ada, serta mendorong kebijakan yang dapat memperkuat kesetaraan dan keadilan sosial di seluruh lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, politisi dan pembuat kebijakan harus memastikan bahwa narasi yang mereka bangun tidak hanya menguntungkan kelompok tertentu, tetapi juga memperhatikan daerah-daerah yang terpinggirkan atau kurang berkembang. Etika komunikasi politik yang berlandaskan sila ketiga harus berkomitmen pada pembangunan yang inklusif dan berkeadilan, demi mewujudkan persatuan yang sejati (Aryansyah & Fadhli, 2024).

Media massa juga memegang peranan penting dalam membentuk narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila ketiga Pancasila. Sebagai agen utama dalam penyebaran informasi, media harus menjaga objektivitas dan tidak berpihak pada kepentingan kelompok tertentu yang dapat merusak persatuan bangsa (Aisyah et al., 2022). Etika narasi komunikasi politik di media harus mengutamakan keberagaman dan keberlanjutan dalam menyajikan informasi, dengan tujuan untuk memperkaya pemahaman masyarakat tentang isu-isu politik yang ada, bukan untuk memperburuk polarisasi sosial. Dengan demikian, media memiliki tanggung jawab besar untuk menyajikan narasi yang mendukung terciptanya masyarakat yang adil, sejahtera, dan bersatu (Iskandar, 2018).

Dalam mengimplementasikan sila ketiga dalam komunikasi politik, tantangan utama yang dihadapi adalah mengatasi fenomena polarisasi yang semakin tajam dalam masyarakat. Polarisasi politik yang berlebihan dapat mengancam persatuan Indonesia, karena menciptakan sekat-sekat sosial yang mempersulit tercapainya konsensus nasional. Karena itu, sangat penting bagi pemimpin politik dan aktor publik untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip persatuan dengan senantiasa mengedepankan narasi yang mendorong penyelesaian masalah secara damai dan harmonis. Narasi politik yang beretika, yang berlandaskan sila ketiga, harus dapat menjadi jembatan bagi masyarakat untuk bersatu, meskipun dalam keragaman yang ada, demi kepentingan bersama sebagai bangsa Indonesia.

d. Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila: Sila keempat

Sila keempat Pancasila, berbunyi "Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan" memiliki makna mendalam terkait dengan etika narasi komunikasi politik di Indonesia (Samosir et al., 2023). Sila ini menggarisbawahi pentingnya musyawarah untuk mufakat dan sistem perwakilan dalam pembuatan keputusan politik yang demokratis. Dalam konteks komunikasi politik, etika narasi yang berlandaskan sila keempat menuntut agar setiap narasi yang disampaikan oleh politisi atau media massa dapat mencerminkan prinsip-prinsip musyawarah, inklusivitas, dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan (Bakry et al., 2024). Narasi yang dibangun harus mendorong keterlibatan seluruh elemen masyarakat dalam proses politik dan menghindari dominasi suara kelompok tertentu yang dapat mengabaikan kepentingan umum.

Sebagai salah satu pilar utama demokrasi, sila keempat juga mengajak setiap aktor politik untuk mengedepankan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam setiap narasi politik yang dibangun. Musyawarah untuk mufakat menuntut adanya saling mendengarkan dan menghargai pendapat orang lain, serta mencari solusi yang dapat diterima oleh semua pihak (Utari et al., 2023). Dalam hal ini, etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila keempat harus mempromosikan pola komunikasi yang bersifat dialogis, bukan monologis. Politisi dan aktor politik harus berkomitmen untuk tidak hanya mendengarkan suara mayoritas, tetapi juga memberikan ruang bagi minoritas untuk berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka.

Selain itu, sila keempat menuntut adanya pemahaman yang mendalam tentang perwakilan dalam sistem politik Indonesia. Dalam konteks komunikasi politik, narasi

yang dibangun harus memastikan bahwa hak setiap individu atau kelompok untuk diwakili dalam sistem perwakilan dihargai dan dilindungi. Setiap individu, terlepas dari status sosial, agama, atau latar belakang politik, harus merasa bahwa suara mereka dihargai dalam proses pembuatan kebijakan (Tarigan, 2024). Oleh karena itu, narasi yang berlandaskan sila keempat harus mendorong komunikasi yang terbuka, transparan, dan responsif terhadap aspirasi rakyat, agar kebijakan yang diambil benar-benar mencerminkan kehendak masyarakat secara keseluruhan.

Sila keempat juga menyoroti pentingnya kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan politik. Dalam hal ini, etika narasi komunikasi politik berlandaskan sila keempat harus mendorong politisi untuk tidak hanya mempertimbangkan keuntungan jangka pendek, tetapi juga memikirkan dampak jangka panjang dari keputusan yang diambil. Keputusan politik yang diambil dengan kebijaksanaan harus berfokus pada kesejahteraan seluruh rakyat, dengan mempertimbangkan berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya (Putri et al., 2024). Narasi politik yang beretika harus mampu memberikan gambaran yang jelas dan transparan tentang dasar keputusan yang diambil, sehingga masyarakat dapat memahami alasan dan tujuan dari setiap kebijakan yang diterapkan (Wirata, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam menerapkan sila keempat dalam komunikasi politik adalah adanya kecenderungan untuk mengedepankan kepentingan kelompok tertentu di atas kepentingan umum. Politisi atau partai politik yang hanya berfokus pada kepentingan kelompok atau golongan mereka sendiri cenderung menyampaikan narasi yang tidak inklusif, yang justru dapat memecah belah masyarakat. Karena itu, sangat penting bagi setiap aktor politik untuk menerapkan prinsip musyawarah dan mufakat, yang tidak hanya menguntungkan kelompok mayoritas atau pihak yang berkuasa, tetapi juga melibatkan semua pihak dalam pengambilan keputusan politik yang adil dan berkeadilan.

Etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila keempat juga mengharuskan politisi dan media massa untuk menjaga integritas serta tanggung jawab dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dalam proses komunikasi politik, informasi yang disampaikan harus bersifat jujur, tidak menyesatkan, dan menghindari manipulasi yang dapat merugikan kepentingan masyarakat. Media massa, sebagai salah satu agen utama dalam penyebaran informasi, memiliki tanggung jawab besar untuk menyaring dan menyebarkan informasi yang dapat membangun pemahaman masyarakat tentang isu-isu politik secara adil dan objektif (Putra, 2019). Media harus berfungsi sebagai penghubung bagi masyarakat untuk memahami kebijakan yang diambil beserta alasan di balik keputusan tersebut, sehingga mendorong partisipasi yang lebih aktif dalam proses politik.

Akhirnya, penerapan etika komunikasi politik berlandaskan sila keempat Pancasila akan menghadapi tantangan dari politisasi isu-isu tertentu yang sering kali digunakan untuk memecah belah masyarakat. Dalam era digital, disinformasi dan narasi yang bersifat provokatif atau sensasional sering kali digunakan untuk memenangkan kontestasi politik, meskipun dengan mengorbankan prinsip musyawarah dan mufakat (Bulkhani et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi setiap aktor politik dan media untuk tetap mengedepankan nilai-nilai kebijaksanaan dan kesadaran sosial dalam setiap narasi yang dibangun. Narasi komunikasi politik yang beretika harus

mampu meredakan ketegangan politik dan sosial, dan lebih fokus pada upaya untuk mencari solusi yang membawa kebaikan bagi seluruh rakyat Indonesia.

e. Etika Narasi Komunikasi Politik Berlandaskan Ideologi Pancasila: Sila kelima

Sila kelima Pancasila, yang berbunyi "Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia," mengandung makna yang mendalam mengenai pentingnya pemerataan, kesetaraan, dan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Larasati, 2024). Dalam konteks etika narasi komunikasi politik, sila ini mengharuskan setiap narasi yang dibangun oleh politisi, media, maupun aktor publik lainnya untuk mencerminkan komitmen terhadap kesejahteraan sosial yang merata bagi seluruh elemen bangsa, tanpa ada diskriminasi atau ketimpangan sosial. Narasi komunikasi politik yang beretika harus mengedepankan pesan-pesan yang mengutamakan distribusi kekayaan, kesempatan, dan hak-hak dasar bagi seluruh rakyat Indonesia, terutama bagi kelompok yang paling terpinggirkan.

Penerapan sila kelima dalam komunikasi politik berarti mengutamakan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi ketimpangan sosial, baik di sektor ekonomi, pendidikan, kesehatan, maupun dalam hal akses terhadap berbagai sumber daya lainnya (Rachbini & Abdulah, 2020). Dalam hal ini, narasi yang berlandaskan keadilan sosial harus menyoroti permasalahan ketidaksetaraan yang ada di masyarakat, serta menyampaikan solusi yang dapat mengatasi ketimpangan tersebut. Sebagai contoh, narasi yang dibangun oleh politisi atau media harus mengkritisi kebijakan yang hanya menguntungkan kelompok kaya atau elit, serta mendorong pembaruan kebijakan yang lebih adil dan berpihak pada rakyat miskin atau kelompok marginal.

Narasi komunikasi politik yang berlandaskan sila kelima juga mengharuskan adanya perhatian khusus terhadap isu-isu sosial yang berhubungan dengan hak asasi manusia. Komunikasi politik harus memperjuangkan hak-hak individu dan kelompok yang terpinggirkan, seperti perempuan, anak-anak, kelompok disabilitas, dan masyarakat adat, yang sering kali terabaikan dalam pembuatan kebijakan. Politisi dan media memainkan peran krusial dalam membentuk narasi yang memberikan suara kepada kelompok-kelompok tersebut, dengan tujuan memastikan mereka mendapatkan akses yang setara terhadap pendidikan, pekerjaan, layanan kesehatan, dan hak-hak dasar lainnya sebagai bagian dari keadilan sosial.

Dalam membangun narasi yang berlandaskan sila kelima Pancasila, penting untuk menghindari politik yang mementingkan kepentingan pribadi atau kelompok tertentu, yang bisa memperburuk ketidakadilan sosial. Komunikasi politik yang etis harus dapat membedakan antara kepentingan politik jangka pendek dan kesejahteraan jangka panjang seluruh rakyat (Al-Jihad, 2018). Sering kali, narasi yang dibangun dalam politik cenderung berfokus pada keuntungan jangka pendek bagi sebagian kecil elit politik atau bisnis. Dengan demikian, sangat penting bagi narasi politik yang beretika untuk mengembangkan kebijakan yang inklusif, yang tidak hanya menguntungkan kelompok tertentu, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat secara keseluruhan.

Etika komunikasi politik juga menuntut agar setiap kebijakan yang diusung memiliki dasar keadilan yang jelas dan transparan. Dalam hal ini, narasi yang dibangun

oleh para politisi dan aktor politik lainnya harus mampu menjelaskan dengan gamblang bagaimana suatu kebijakan akan mempengaruhi masyarakat, serta mengapa kebijakan tersebut diambil demi kesejahteraan bersama. Narasi yang mencerminkan prinsip keadilan sosial harus menyertakan alasan yang jelas mengenai bagaimana kebijakan tersebut akan mengurangi ketimpangan sosial dan menciptakan kesejahteraan bagi semua lapisan masyarakat. Sebagai hasilnya, transparansi informasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan sangatlah krusial dalam komunikasi politik yang beretika.

Pentingnya sila kelima dalam komunikasi politik juga terlihat dalam cara media massa menyampaikan informasi kepada publik. Media memiliki peran besar dalam membentuk persepsi publik tentang isu-isu sosial dan ekonomi. Dalam hal ini, media harus berhati-hati dalam membangun narasi yang berkaitan dengan isu-isu ketidakadilan sosial, dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak menambah kebingungan atau polarisasi sosial. Media yang bertanggung jawab akan menampilkan narasi yang objektif, mendidik, dan menghargai berbagai sudut pandang untuk mendorong terciptanya solusi yang lebih adil dan merata bagi seluruh masyarakat (Revolusi, 2024).

Namun, tantangan utama dalam mengimplementasikan sila kelima dalam narasi komunikasi politik adalah fenomena ketidakadilan struktural yang masih ada di banyak aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Ketimpangan ekonomi yang sangat tajam antara yang kaya dan yang miskin, akses pendidikan yang terbatas di daerah-daerah terpencil, serta kesulitan akses layanan kesehatan bagi masyarakat miskin, adalah beberapa contoh dari ketidakadilan sosial yang masih harus diatasi (Susiana, 2015). Oleh karena itu, komunikasi politik yang beretika harus terus mengangkat isu-isu ini dengan cara yang konstruktif, mendesak adanya perubahan yang nyata, dan tidak terjebak dalam retorika politik yang hanya berfokus pada kepentingan jangka pendek.

Akhirnya, komunikasi politik yang berlandaskan sila kelima Pancasila harus memberikan perhatian yang serius terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan merata. Dalam hal ini, narasi politik yang dibentuk seharusnya tidak hanya fokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada distribusi hasil-hasil pembangunan yang merata. Etika dalam narasi komunikasi politik harus mengedepankan kebijakan yang dapat menciptakan lapangan kerja yang luas, mengurangi angka kemiskinan, serta memastikan bahwa setiap rakyat Indonesia dapat menikmati hasil pembangunan secara adil. Sila kelima Pancasila mengharuskan narasi politik yang disampaikan tidak hanya membahas tentang kemajuan, tetapi juga bagaimana setiap warga negara Indonesia dapat merasakan keadilan sosial yang sesungguhnya.

Tantangan Dalam Implementasi Etika Narasi Komunikasi Politik

Meskipun Pancasila menyediakan pedoman yang jelas dalam membangun narasi komunikasi politik yang etis, tantangan dalam implementasinya cukup besar. Salah satu tantangan terbesar adalah dominasi media sosial yang semakin memengaruhi pola komunikasi politik di Indonesia (Zuhdi, 2020). Media sosial, dengan sifatnya yang cepat dan mudah diakses, sering kali menjadi arena bagi penyebaran narasi yang tidak beretika, seperti hoaks, disinformasi, dan ujaran kebencian (Bastian et al., 2018). Hal ini dapat menciptakan polarisasi yang lebih tajam di masyarakat, bertentangan dengan semangat Pancasila yang mengedepankan persatuan dan keharmonisan.

Selain itu, budaya politik yang sering kali pragmatis juga menjadi kendala dalam menciptakan narasi komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila (Heryanto, 2018). Dalam beberapa kasus, politisi cenderung mengorbankan nilai-nilai etika demi mencapai tujuan politiknya. Misalnya, dalam upaya untuk menarik simpati atau suara rakyat, narasi yang dibangun terkadang memanfaatkan perbedaan yang ada, alih-alih mengedepankan kesatuan (Lubis & Damanik, 2023). Di sisi lain, media massa yang tidak selalu menjaga independensinya juga turut memperburuk situasi dengan menayangkan berita yang sensasional, yang lebih menonjolkan konflik daripada solusi (Dhinanti et al., 2024).

Penting untuk memperhatikan bahwa penerapan etika dalam narasi komunikasi politik memerlukan peran serta semua pihak, termasuk media, masyarakat, dan lembaga negara. Diperlukan peraturan yang lebih jelas dan pengawasan yang lebih ketat terhadap penyebaran informasi di media massa dan media sosial, agar narasi yang berkembang tetap mencerminkan prinsip-prinsip Pancasila. Selain itu, pendidikan politik yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila perlu ditingkatkan, agar masyarakat dapat lebih kritis dalam menyaring informasi yang diterima dan mampu berpartisipasi secara aktif dalam menjaga etika dalam komunikasi politik.

Peran Media Dalam Membangun Narasi Politik Berlandaskan Pancasila

Media memegang peran yang sangat krusial dalam membentuk narasi komunikasi politik di Indonesia. Sebagai saluran informasi yang utama bagi masyarakat, media massa dan media sosial harus dapat memainkan peran yang lebih besar dalam menjaga etika komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila (Sarihati et al., 2022). Media tidak hanya bertugas untuk menginformasikan, tetapi juga untuk mendidik publik tentang pentingnya berkomunikasi secara etis dan berdasarkan nilai-nilai kebangsaan. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan kualitas pemberitaan yang objektif, tidak berpihak, serta menghindari konten yang memecah belah dan merugikan pihak lain.

Selain itu, media harus mengutamakan keberagaman dalam penyajian informasi dan narasi politik. Dengan menghargai perbedaan dan mengedepankan dialog yang konstruktif, media dapat membantu menciptakan iklim politik yang lebih sehat dan harmonis. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip Pancasila dalam media, baik dalam pemberitaan maupun dalam penyajian opini, harus menjadi bagian integral dari praktek jurnalistik yang etis dan bertanggung jawab (HENDRIYANTO, 2024). Dengan demikian, media dapat menjadi agen penting dalam mewujudkan komunikasi politik yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila, yang mendukung terciptanya masyarakat yang adil, makmur, dan bersatu.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini menekankan bahwa etika dalam narasi komunikasi politik yang berlandaskan pada ideologi Pancasila memiliki peran vital dalam membentuk iklim politik yang sehat dan demokratis di Indonesia. Sebagai ideologi negara, Pancasila memberikan dasar moral dan etis yang mengatur perilaku politik serta komunikasi dalam proses pengambilan keputusan. Setiap sila dalam Pancasila, mulai dari ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kerakyatan, hingga keadilan sosial, memberikan pedoman yang jelas bagi para aktor politik dan media untuk menyampaikan narasi yang mendukung tujuan nasional, yaitu tercapainya kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Sila pertama Pancasila, "Ketuhanan yang Maha Esa," menggarisbawahi pentingnya menghormati keberagaman agama dalam narasi politik. Dalam komunikasi politik yang beretika, narasi yang dibangun harus mampu menciptakan toleransi antarumat beragama dan menghindari retorika yang dapat menimbulkan perpecahan. Sila kedua hingga keempat, yang menekankan pada kemanusiaan, persatuan, dan kerakyatan, memberikan fondasi untuk membangun narasi politik yang inklusif, demokratis, serta mengedepankan kebijaksanaan dalam pembuatan keputusan politik yang melibatkan semua lapisan masyarakat.

Sila kelima Pancasila, "Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia," menuntut agar narasi komunikasi politik senantiasa mengedepankan prinsip keadilan dan pemerataan dalam setiap kebijakan yang diambil. Dalam konteks ini, narasi yang dibangun harus mengurangi ketimpangan sosial, ekonomi, dan akses terhadap hak-hak dasar masyarakat. Hal ini berarti bahwa setiap narasi yang dikembangkan oleh aktor politik dan media harus mencerminkan komitmen terhadap pengentasan kemiskinan, pemberdayaan kelompok marginal, serta pemerataan hasil pembangunan di seluruh wilayah Indonesia.

Etika dalam narasi komunikasi politik juga mengharuskan adanya transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab dari semua pihak yang terlibat dalam proses politik. Media massa memegang peran yang sangat penting dalam membangun narasi yang objektif, mendidik, dan memperluas pemahaman masyarakat. Oleh karena itu, media harus mempertahankan independensinya dan menyampaikan informasi yang tidak hanya akurat, tetapi juga mendukung kebenaran dan keadilan. Demikian pula, politisi harus berkomitmen pada prinsip moral yang mengutamakan kesejahteraan rakyat di atas kepentingan pribadi atau kelompok.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila dapat menciptakan komunikasi politik yang lebih damai, adil, dan demokratis di Indonesia. Narasi yang etis berlandaskan ideologi Pancasila tidak hanya berfokus pada kepentingan politik sesaat, tetapi juga pada tujuan jangka panjang untuk membangun negara yang adil, sejahtera, dan bersatu. Oleh karena itu, penting bagi setiap aktor politik untuk selalu menegakkan prinsip-prinsip Pancasila dalam setiap komunikasi politik yang mereka bangun demi kemajuan bangsa dan negara.

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat sejumlah rekomendasi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki etika dalam narasi komunikasi politik di Indonesia. Pertama, politisi dan aktor politik harus berpegang pada prinsip-prinsip Pancasila dalam membangun narasi komunikasi politik, menghindari narasi yang memecah belah, serta berfokus pada kepentingan masyarakat luas dan bukan kelompok tertentu. Kedua, media massa perlu berperan aktif dalam menyampaikan informasi yang objektif, transparan, dan mendidik, serta mengedepankan nilai-nilai Pancasila dalam pemberitaan politik. Untuk memperkuat demokrasi, penting pula memperkuat budaya musyawarah dan mufakat dalam pengambilan keputusan politik, serta memastikan keterlibatan masyarakat dan suara-suara terpinggirkan.

Selain itu, pemerintah dan lembaga negara perlu meningkatkan kesadaran politik masyarakat tentang etika komunikasi politik dengan memperluas program pendidikan yang mengedepankan nilai-nilai Pancasila dan demokrasi. Para akademisi juga diharapkan untuk terus mengembangkan kajian terkait etika narasi komunikasi politik yang berlandaskan Pancasila. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika ini, narasi komunikasi politik di Indonesia dapat menciptakan suasana yang lebih damai, adil, dan berkontribusi pada pembangunan bangsa yang lebih inklusif dan sejahtera bagi seluruh rakyat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Dika, M. F. Z., Yasmin, A., Hanifah, T. P., & Pradana, F. B. A. (2022). Hoax News and Future Threats: A Study of the Constitution, Pancasila, and the Law. *Indonesian Journal of Pancasila and Global Constitutionalism*, 1(1), 171–238.
- Al Azis, M. R. (2021). REGULASI DAN SWA-REGULASI INDONESIA DALAM PENYELENGGARAAN MEDIA TERKAIT PERAN MNC GROUP TERHADAP PARTAI PERINDO. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195–205.
- Al-Jihad, R. S. (2018). *Pancasila ideologi dunia: sintesis kapitalisme, sosialisme, dan Islam*. Pustaka Alvabet.
- Ardila, P., Abrar, D. A., & Juniati, D. N. (2024). Dampak Ekonomi Politik Media Terhadap Agenda Setting Pemilu Di Indonesia. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 5(2), 74–82.
- Aryansyah, F., & Fadhli, D. (2024). Moderasi Beragama Untuk Persatuan Dan Kesatuan Bangsa Indonesia. *AL-Ikhtiar: Jurnal Studi Islam*, 1(3), 212–225.
- Asrori, S. (2017). Politik Kerukunan Di Indonesia; Model Dialog Kelembagaan Antar Umat Beragama. *Young Progressive Muslim. Tangerang Selatan*.
- Aulia, R., & Julita, S. (2024). PERAN PANCASILA DALAM MEWUJUDKAN KEHARMONISAN ANTAR UMAT BERAGAMA DI INDONESIA. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(5), 2410–2415.
- Badrun, U. (2022). *Sistem Politik Indonesia*. Bumi Aksara.
- Bakry, K., Milia, J., Santoso, R. Y., Asra, S., Hajuan, M. A., Maiwan, M., Sumardi, S., Retta, L. M., Mursyidin, M., & Rahim, E. (2024). *Sistem Politik Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Bastian, C. S., Bajari, A., & Abdullah, A. (2018). Dinamika Aplikasi dan Regulasi Konvergensi Media di Indonesia. *Communication and Information Beyond Boundaries*, 45.
- Bulkhani, B., Santoso, J., Anwar, K., Dirun, M. W. F., & Naim, N. (2024). *JEJAK MODERASI: Sejarah, Implementasi, dan Tantangan di Indonesia dan Peta Dunia*. Akademia Pustaka.
- Chang, W., & Cap, O. F. M. (2018). *Etika dan Etiket Komunikasi: Rahasia, Sadap-Menyadap, Ujaran Kebencian, Hoax*. PT Kanisius.
- Dhinanti, M., Nuranik, D. A., Azka, R., & Nazhif, M. N. (2024). Industrialisasi Media Massa Dan Implikasinya Terhadap Kualitas Berita: Studi Media Online Tempo Dan Kompas. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2), 405–420.
- Fautanu, I. (2025). *Sejarah Partai Politik di Indonesia*. Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. In *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Harefa, D., & Fatolosa Hulu, M. M. (2020). *Demokrasi Pancasila di era kemajemukan*. Pm Publisher.
- HENDRIYANTO, A. (2024). *Jurnalistik 4.0: Mengarungi Gelombang Revolusi Media*. NATA KARYA.
- Heryanto, G. G. (2018a). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Heryanto, G. G. (2018b). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Heryanto, G. G. (2020). *Realitas komunikasi politik Indonesia kontemporer*. IRCiSoD.

- Hidayat, R., & Suwanto, S. (2020). Membumikan Etika Politik Islam Nabi Muhammad SAW Periode Madinah Dalam Konteks Perpolitikan Indonesia. *JUSPI (Jurnal Sejarah Peradaban Islam)*, 3(2), 124–141.
- Hikmat, M. M. (2020). *Politik Penyiaran Lokal*. JMPD Yayasan Jaringan Masyarakat Peduli Demokrasi.
- Husna, S. K. I., & Najicha, F. U. (2023). Pancasila dan Hubungannya dengan Hak Asasi Manusia di Indonesia. *Civic Education: Media Kajian Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 7(2), 104–112.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Penerbit Andi.
- Iswardhana, M. R. (2020). *Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan: Merajut Kebinekaan dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri*. PT Kanisius.
- Khatimah, K., Selvia, V., Sugiyarti, A., Maulana, M. G., & Putra, M. L. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik dan Demokrasi di Indonesia. *VOX POPULI*, 7(2), 128–143.
- Kuswandro, W. E. (2023a). *Mosaik Kebangsaan: Membangun Integritas Politik*. Universitas Brawijaya Press.
- Kuswandro, W. E. (2023b). *Mosaik Kebangsaan: Membangun Integritas Politik*. Universitas Brawijaya Press.
- Larasati, K. (2024). *PANCASILA: Dasar Negara dan Ideologi Bangsa*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Lubis, A. R. P., & Damanik, A. (2023). ETIKA DAN KEJUJURAN DALAM BERPOLITIK. *Moderate El Siyasi: Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 2(2), 57–63.
- Luthfi, K. (2018). *Masyarakat Indonesia dan Tanggung Jawab Moralitas*. Guepedia.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1–12.
- Mahardika, A. G. (2018). Menggali nilai-nilai kebangsaan dalam Pancasila sebagai groundnorm Negara Kesatuan Republik Indonesia. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 6(2), 267–292.
- Mali, G. T., & Fransiskus, X. (2024). PENGUATAN INTEGRASI BANGSA SEBAGAI UPAYA KONSOLIDASI DEMOKRASI PASCA PEMILU. *Journal of Syntax Literate*, 9(8).
- Muslimin, K. (2019). *Buku ajar komunikasi politik*. Unisnu Press.
- Noor, F. (2016). Perilaku politik pragmatis dalam Kehidupan politik Kontemporer: Kajian atas menyurutnya peran ideologi politik di Era reformasi. *Masyarakat Indonesia*, 40(1), 57–74.
- Novanda, S. I., Sari, Q. H., Cahyani, A. R. P., Rahma, A., & Wibi, M. S. (2024). PERAN PANCASILA DALAM MEMBANGUN SIKAP TOLERANSI ANTAR UMAT BERAGAMA DI LINGKUNGAN MASYARAKAT. *Lentera Ilmu*, 1–11.
- Novitasari, S., Najicha, F. U., & Hukum, F. H. I. (2023). Pentingnya peran Pancasila bagi generasi muda dalam menghadapi globalisasi. *No. June*, 1–11.
- Nurhaidah, S. N. (n.d.). *KOMUNIKASI POLITIK*.
- Ohoiwutun, Y. A. (2018). *Menalar Kebebasan Beragama Versi Pancasila*.
- Pattipeilohy, L., & Saingo, Y. A. (2023). Pancasila Sebagai Dasar Sistem Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10).
- Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.

- Pureklolon, T. T. (2020). Pancasila sebagai etika politik dan hukum negara Indonesia. *Law Review*, 20(1), 71–86.
- Putra, D. K. S. (2019a). *Komunikasi CSR politik: membangun reputasi, etika, dan estetika PR politik*. Prenada Media.
- Putra, D. K. S. (2019b). *Komunikasi CSR politik: membangun reputasi, etika, dan estetika PR politik*. Prenada Media.
- Putri, E. S., Faudzi, M. Y., & Kurniati, K. (2024). Peran Pemimpin dalam Menangani Konflik Keamanan Nasional: Perspektif Etika Politik Islam. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(2), 202–217.
- Rachbini, D. J., & Abdulah, R. (2020). *Musuh Bangsa Bernama Kesenjangan Sosial*. Indef.
- Rahman, M. T. (2020). *Agama dan Politik Identitas dalam Kerangka Sosial*. Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rasyid, A. R., Raffli, A., Aditya, A., Rahmadani, S., Hania, Y., & Qiran, Z. F. (2024). Pentingnya Pendidikan Multikultural Dalam Konteks Pancasila Di Masyarakat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3648–3655.
- Revolusi, P. R. (2024). PERSEPSI PUBLIK DAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE DIGITAL PILPRES 2024. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(1), 32–44.
- Samosir, O., Tinambunan, L., & Septiandry, R. (2023). KERAKYATAN YANG DIPIMPIN OLEH HIKMAT KEBIJAKSANAAN DALAM PERMUSYAWARATAN PERWAKILAN: Tinjauan Filosofis atas Demokrasi dari Sila IV Pancasila. *Seminar Nasional Filsafat Teologi*, 53–63.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022a). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022b). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Shahreza, M. (2018). *Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik*.
- Sofiyana, M. S., Ahdiyat, M., Iskandar, A. M., Hairunisya, N., Usriyah, L., Dwiantara, L., Ariani, B., Izzati, F. A., Muryani, E., & Gunawan, B. P. (2021). *PANCASILA, Merdeka Belajar dan Kemerdekaan Pendidik*. Unisma Press.
- Suarlin, S., & Fatmawati, F. (2022). *Demokrasi Dan Hak Asasi Manusia*. Penerbit Widina.
- Suharyanto, C. E. (2019). Analisis berita hoaks di era post-truth: sebuah review. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 10(2), 37–49.
- Susiana, S. (2015). *Pembangunan berkelanjutan: dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan*. P3DI Setjen DPR.
- Tarigan, R. S. (2024). *Reformasi Hukum Tata Negara: Menuju Keadilan dan Keseimbangan*. Ruang Berkarya.
- Taufik, C. M., & Suryana, N. (2022). *Media, kebenaran, dan post-truth*.
- Trisiana, A., Gifata, A. O., Fatmawati, A., Maharani, L., & Sari, S. P. K. (2023). *Benturan Nilai Moral Pancasila terhadap Digitalisasi Era Disrupsi*. Unisri Press.
- Trisno, B., Aprillia, O., Latifah, O., Safira, D., & Putri, T. A. (2024). Konsep dan Urgensi Demokrasi yang Bersumber dari Pancasila. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 3(2), 195–208.
- Umar, H. N. (2021a). *Jihad melawan religious hate speech*. Elex Media Komputindo.
- Umar, H. N. (2021b). *Jihad melawan religious hate speech*. Elex Media Komputindo.

- Utari, E. S., Trilaksono, A., Lesmono, P. D., Ibrahim, M., Huda, M. M., & Widodo, A. W. (2023). *Implementasi Nilai-Nilai Pancasila (Penjabaran 45 Butir Pancasila)*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Widyaya, I., & Setiawan, W. (2023). ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN DALAM REPRESENTASI PUBLIK FIGUR POLITIK: EPISODE'DOSA-DOSA ANIES'DI PROGRAM'KICK ANDY'METRO TV. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 3(1), 103–118.
- Wirata, G. (2024). *Etika dalam Kebijakan: Memahami Implikasi Moral dari Keputusan Publik*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Zuchron, D. (2021). *Tunas Pancasila*. Direktorat Sekolah Dasar.
- Zuhdi, M. (2020a). *Komunikasi Politik di Era Virtual: Dinamika Komunikasi dan Media Pasca Pemilu Serentak 2019*. Buku Litera.
- Zuhdi, M. (2020b). *Komunikasi Politik di Era Virtual: Dinamika Komunikasi dan Media Pasca Pemilu Serentak 2019*. Buku Litera.