

Media Sosial, Informasi dan Pemilih Pemula

Sekartaji Anisa Putri

Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi

Jl. Wijaya II No. 62, Jakarta Selatan. Telp. 021-7262111

e-mail: sekartajianisa@gmail.com

Abstrak

Menjelang waktu pemilihan umum presiden Republik Indonesia, arus informasi pada media sosial mulai dipadati dengan beragam informasi disertai beragam fenomena politik. Ragam jenis informasi yang dapat memuat politik identitas, informasi palsu, maupun informasi yang diangkat oleh buzzer perlu untuk dipahami oleh para pemilih pemula. Para pemilih pemula yang baru terjun dan mencoba memahami dunia politik dan pemilihan umum perlu memahami isu media sosial, informasi dan pemilih pemula agar tidak terjebak dalam dampak negatif yang dapat timbul. Maka itu penting untuk dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi isu media sosial, informasi dan pemilih pemula kepada calon pemilih pemula di SMA PGRI 3 Jakarta. Metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ialah sosialisasi online yang dilaksanakan melalui zoom. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini ditemukan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan para peserta sosialisasi dalam sembilan aspek utama yang diangkat. Kegiatan ini terbukti meningkatkan pengetahuan para peserta melalui analisis komparasi nilai rata-rata jawaban kuesioner. Sosialisasi merupakan kegiatan yang efektif dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dalam waktu yang singkat.

Kata kunci: Media sosial, informasi, pemilih pemula, politik, pemilihan umum.

1. PENDAHULUAN

Media sosial memiliki beragam arus informasi di dalamnya. Arus informasi politik menjadi salah satu hal yang meramaikan media sosial, terutama pada waktu-waktu pemilihan umum. Berkaca pada pemilihan umum (pemilu) presiden Republik Indonesia tahun 2019 lalu, terjadi banyaknya perpecahan hubungan sosial akibat keberpihakan pada kandidat politiknya. Bagi pemilih pemula, informasi politik yang begitu banyak dapat membingungkan. Menuju tahun 2024 ini, individu-individu yang merupakan generasi z akan menjadi pemilih pemula. Pada era digital ini, para pemilih semakin bergantung dengan media sosial untuk mendapatkan berita dan informasi politik [1]. Tahun 2023 ini menjadi titik awal bagi mulai derasnya arus informasi politik terkait pemilihan umum tahun depan. Banyaknya fenomena disinformasi informasi politik dan beragam dinamika lainnya membuat generasi z perlu untuk memahami hal tersebut agar tidak terseret dalam fenomena negatif.

Marjinalisasi dalam dunia politik pun terjadi di ranah digital [2]. Berpartisipasi dalam komunitas maupun sekadar terlibat dalam pembicaraan politik di media sosial dapat menarik dampak negatif bagi pengguna. Pengguna dapat menjadi tertekan akibat keterlibatan mereka dalam wacana politik di media sosial [2]. Beberapa pengguna menerapkan beberapa strategi agar terhindar dari *stress* akibat keterlibatannya dalam aktivitas media sosial yang menyangkut politik. Pengguna menerapkan strategi *self-censorship*, *unfollowing/ unfriending* kontak media sosial, *signing off*, bahkan meminum obat-obatan tertentu [2].

Beberapa fenomena polititik yang mewarnai dinamika komunikasi dan arus informasi di media sosial dapat bersifat negatif. Media sosial dapat menjadi tempat bagi tersebarnya

informasi kampanye yang salah, konspirasi, serta penyebaran informasi dan media bagi ekstremis [1]. Fenomena komunikasi dan informasi politik dalam media sosial juga diwarnai dengan perilaku ekstrem politik dan peningkatan intoleransi di kalangan masyarakat [3]. Perilaku peredaman bagi fenomena negatif di media sosial masih jarang terlihat dibandingkan dengan besarnya partisipasi terhadap permasalahan yang sedang dibicarakan [4]. Banyaknya informasi politik yang beredar di media sosial ternyata tidak efektif untuk pemenuhan informasi politik pengguna [5]. Peristiwa komunikasi sendiri terkait pencarian informasi politik merupakan sebuah proses yang terus berlanjut dan bersifat dinamis [6]. Hal tersebut kemudian menyebabkan ragam dampak efektivitas.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi ini dilangsungkan secara *online* menggunakan *zoom*. Sosialisasi dilaksanakan melalui pemaparan materi secara interaktif di ruang pertemuan *online zoom*. Pemaparan materi dilaksanakan melalui presentasi oleh pelaksana kepada seluruh peserta yang mengikuti pertemuan *online* tersebut. Pertama, para siswa siswi diminta untuk mengisi kuesioner terkait pengetahuan atas isu media sosial, informasi dan memilih pemula. Setelah peserta selesai mengisi kuesioner, pelaksana mulai memaparkan materi. Materi terkait fenomena derasnya arus informasi di media sosial pada masa kampanye politik dipaparkan. Materi mengambil studi kasus pada latar waktu ketika Jokowi dan Prabowo sama-sama mencalonkan diri sebagai calon presiden Republik Indonesia.

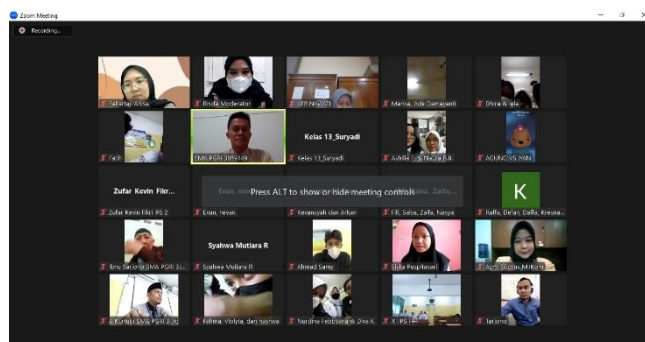
Berdasarkan studi kasus, dipaparkan juga konsep serta contoh dari *buzzer* politik di media sosial serta politik identitas. Kemudian dipaparkan materi terkait akun media sosial yang dapat dipercaya. Pelaksana memaparkan akun media sosial yang *reliable* untuk mendapatkan informasi terkait pemilihan umum, seperti akun Instagram @kpu_ri. Lalu dipaparkan lebih lanjut materi-materi terkait solusi untuk menghadapi derasnya arus informasi di media sosial pada masa pemilihan umum. Setelah materi berakhir, dibuka sesi tanya-jawab untuk para siswa-siswi SMA PGRI 3 Jakarta. Peserta juga diminta untuk mengisi kuesioner sesi dua terkait materi yang dipaparkan. Pengisian kuesioner sebelum dan sesudah peserta menyaksikan materi dilakukan agar pelaksana dapat melihat adakah pertambahan pengetahuan siswa siswi yang mengikuti sosialisasi.

Adanya kondisi-kondisi penggiringan preferensi politik dalam masa kampanye dapat menyebabkan perpecahan serta permasalahan sosial lainnya. Permasalahan-permasalahan tersebut diharapkan dapat dicegah melalui sosialisasi yang diberikan. Pelaksana berharap bahwa pengetahuan yang telah disosialisasikan dapat berdampak pada perilaku siswa-siswi SMA PGRI 3 Jakarta. Pelaksana berharap para siswa dan siswi dapat membentengi diri dari perilaku *hate comment*, tertipu *hoax*, menjadi korban politik identitas maupun dampak negatif lainnya yang dapat timbul di masa pemilihan umum mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat berupa kegiatan sosialisasi *online* melalui *zoom meeting* terkait dinamika memilih pemula menghadapi fenomena derasnya arus informasi politik pada media sosial di SMA PGRI 3 Jakarta memiliki beberapa hasil yang dapat dibahas melalui beberapa poin di bawah ini. Hasil yang dipaparkan merupakan hasil pengambilan data melalui kuesioner, dokumentasi dan observasi saat sosialisasi dilaksanakan.

3. 1 Profil Peserta Sosialisasi



Gambar 1. Tangkapan Layar Pelaksanaan Sosialisasi

Siswa dan siswi SMA PGRI 3 Jakarta yang mengikuti sosialisasi merupakan generasi yang lekat dengan media sosial. Mereka berada pada rentang usia 16-18 Tahun. Berdasarkan data dari kuesioner sebelum dan sesudah yang diisi secara lengkap oleh 64 peserta, ditemukan bahwa terdapat 31 peserta berusia 17 tahun, yaitu sebesar 48,44% dari total peserta. 50% peserta, sejumlah 32 orang berusia 16 tahun. Lalu sisanya sebesar 1,56%, yaitu satu orang peserta berusia 18 tahun.

Peserta sosialisasi ini duduk di kelas X dan XI sekolah menengah atas. Sebesar 60,94% peserta merupakan siswa-siswi kelas XI, dengan jumlah sebanyak 39 orang. Sisanya adalah peserta yang duduk di kelas X. Sebanyak 25 orang peserta merupakan siswa-siswi kelas X dengan persentase sebesar 39,06%. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 20,31% peserta laki-laki dengan jumlah 13 orang. Lalu terdapat 79,69% peserta perempuan sejumlah 51 orang. Sebagian besar peserta merupakan siswi yang menduduki kelas X dan XI SMA PGRI 3 Jakarta. Peserta terbanyak yang mengisi kuesioner secara lengkap merupakan siswi kelas XI.

3. 2 Penggunaan Media Sosial Secara Umum

Pada kuesioner pra-sosialisasi yang dibagikan sebelum siswa dan siswi SMA PGRI 3 Jakarta mendengarkan materi sosialisasi, ditanyakan beberapa pertanyaan terkait penggunaan media sosial. Pertanyaan pertama ialah apakah mereka merupakan pengguna media sosial? Jawaban dari 64 peserta dalam kuesioner ialah ya. 100% peserta yang mengisi kuesioner secara lengkap merupakan pengguna media sosial. Hal tersebut menunjukkan tingginya penggunaan media sosial di kalangan siswa-siswi SMA PGRI 3 Jakarta sebagai generasi z.

Selanjutnya, ditanyakan media sosial apa yang sering mereka gunakan. Pilihan jawabannya ialah Instagram, Facebook, TikTok dan Twitter. Dari seluruh pengisi kuesioner, tidak ada yang memilih Facebook sebagai jawaban mereka. Di sisi lain, TikTok menjadi jawaban utama peserta. Sebanyak 35 orang peserta, sebesar 54,69%, memilih TikTok sebagai media sosial yang paling sering digunakan. Dilanjutkan dengan Instagram dengan jumlah pemilih sebanyak 37,50%, yang berjumlah 24 orang. Kemudian, terdapat 7,81% peserta, sebanyak 5 orang, memilih Twitter sebagai media sosial yang sering digunakan.

Durasi penggunaan media sosial di kalangan siswa-siswa SMA 3 PGRI yang mengikuti sosialisasi beragam. Hal ini terlihat dari pilihan jawaban terkait durasi penggunaan media sosial sehari-hari. Hal tersebut juga memperlihatkan bahwa kegiatan penggunaan media sosial sebagai bagian dari komunikasi merupakan hal yang dinamis [6]. Sebagian besar siswa dan siswi SMA PGRI 3 Jakarta menghabiskan waktu lebih dari lima jam dalam sehari untuk mengakses media sosial. Sebanyak 37,50% peserta, yaitu sebanyak 24 orang, memilih jawaban lebih dari lima jam. Pada urutan kedua, sebanyak 25% peserta menjawab mereka menghabiskan waktu sebanyak dua sampai tiga jam untuk mengakses media sosial. 25% dari total peserta ialah sebanyak 16 orang.

Durasi penggunaan media sosial sebanyak lebih dari empat sampai lima jam

menempati urutan ketiga. Sebanyak 21,88% atau 14 orang peserta menjawab mereka menghabiskan waktu sebanyak lebih dari empat hingga lima jam untuk mengakses media sosial. Selanjutnya, terdapat 12,50% peserta, sebanyak delapan orang, menggunakan lebih dari tiga sampai empat jam waktu yang mereka miliki untuk mengakses media sosial. Pada urutan terakhir, terdapat dua peserta yang meluangkan waktu selama kurang dari dua jam untuk mengakses media sosial sehari-harinya. Berarti sebesar 3,12% peserta menghabiskan waktu kurang dari dua jam dalam satu hari dalam menggunakan media sosial.

Penggunaan media sosial di kalangan siswa-siwi SMA PGRI 3 Jakarta sebagian besar ialah untuk kepeluan hiburan. Sebanyak 70,31% peserta, yaitu 45 orang, menjawab hiburan sebagai jawaban dari pertanyaan “kamu menggunakan media sosial untuk apa?” Kemudian diikuti dengan penggunaan media sosial untuk mencari informasi sebesar 18,75% atau sebanyak 12 orang. Tren penggunaan media sosial sebagai sarana pencarian informasi mulai meningkat pada generasi muda saat ini. Mereka lebih memilih media sosial untuk mendapatkan informasi [1]. Kemudian, 9,38% peserta yang terdiri dari enam orang menjawab bahwa mereka lebih banyak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi. Diikuti dengan satu peserta memilih jawaban berbelanja atau transaksi sebagai kegiatan preferensinya ketika menggunakan media sosial. Satu orang peserta tersebut menempati 1,56% dari total peserta.

3. 3 Media Sosial, Informasi dan Pemilih Pemula

Sebelum sosialisasi memasuki sesi pemaparan materi, peserta diuji pengetahuannya terkait isu-isu maupun fenomena-fenomena terkait media sosial, informasi dan pemilih pemula. Pertanyaan dibuka dengan pertanyaan terkait kanal pencarian informasi. Ketika disuguhkan pertanyaan terkait media yang mereka gunakan untuk mencari informasi, tidak ada yang memilih televisi sebagai jawaban. Sebagian besar peserta memilih internet sebagai sumber informasi utama. 59,37% peserta dengan jumlah sebanyak 38 individu, memilih internet. Diikuti dengan 40,63% sisanya dengan jumlah 26 orang, memilih media sosial sebagai sarana utama sumber informasi mereka. Dari sini dapat kita ketahui bahwa generasi z yang berumur 16 hingga 18 tahun lebih memilih internet dan media sosial sebagai sumber utama penyuguh informasi [1]. Profil peserta sosialisasi ini dalam mencari informasi sudah memiliki preferensi yang berbeda dengan generasi penonton televisi.

Kuesioner dilanjutkan dengan pertanyaan terkait ketertarikan peserta atas kegiatan politik dan pemilihan umum di Indonesia. Terdapat lima pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh peserta, yaitu dari rentang sangat tertarik hingga sangat tidak tertarik. Lima pilihan jawaban tersebut dikonversikan ke dalam skala likert 5 sampai 1. Tujuh orang peserta memilih angka lima yang menyatakan bahwa mereka sangat tertarik dengan kegiatan politik dan pemilihan umum. 14 orang peserta memilih angka empat yang menyatakan bahwa mereka tertarik dengan kegiatan politik dan pemilihan umum. 23 orang peserta memilih angka tiga yang menyatakan bahwa mereka cukup tertarik. Ketertarikan yang cukup hingga tinggi diisi oleh 68,75% dari total peserta yang mengisi kuesioner secara lengkap. Sisanya mengisi pada rentang nilai satu hingga dua. Secara keseluruhan, nilai rata-rata ketertarikan peserta berada pada angka 2,98. Angka tersebut menunjukkan bahwa rata-rata peserta cukup tertarik dengan kegiatan politik dan pemilihan umum di Indonesia.

3. 4 Pengetahuan Isu Media Sosial, Informasi dan Pemilih Pemula Pra-Sosialisasi

Sembilan pernyataan utama diberikan untuk mengukur tingkat pengetahuan peserta sosialisasi atas isu media sosial, informasi dan pemilih pemula melalui kuesioner. Seluruh pilihan jawaban menggunakan lima tingkatan skala likert. Dari hasil olah data kuesioner tahap awal, dapat dilihat tingkat pengetahuan para peserta terkait isu yang dikemukakan. Pernyataan pertama ialah saya mengetahui bahwa terdapat kemungkinan penyebaran informasi politik palsu di media sosial. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada nilai 3,78. Secara umum para peserta mengetahui bahwa terdapat kemungkinan penyebaran informasi politik palsu di media sosial.

Pernyataan kedua ialah saya mengetahui bahwa ada yang namanya akun *buzzer* politik di media sosial. Berdasarkan jawaban peserta, enam orang yang mengisi 9,37% dari total pengisi kuesioner memilih jawaban angka satu, yaitu tidak mengetahui sama sekali atau

sangat tidak tahu terkait adanya *buzzer*. 15 orang peserta lainnya, yaitu 23,44% peserta, memilih jawaban angka dua. Jawaban tersebut menunjukkan bahwa mereka tidak mengetahui adanya akun *buzzer*. Berdasarkan jawaban-jawaban tersebut, maka terdapat 32,81% peserta yang tidak mengetahui keberadaan *buzzer*. Mereka belum memiliki pengetahuan mengenai apa itu *buzzer* politik di media sosial serta keberadaannya. Sisanya, menjawab pada rentang angka tiga, empat dan lima. Hal tersebut memunculkan nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan terkait *buzzer* berada pada nilai 3,17. Secara garis besar, peserta cukup mengetahui keberadaan akun *buzzer* di media sosial.

Pernyataan ketiga ialah saya mengetahui akun media sosial politik terpercaya untuk mendapatkan informasi mengenai pemilihan umum. 14 orang menjawab pada rentang nilai satu hingga dua. Sebanyak 20,31% peserta tidak mengetahui akun-akun terpercaya terkait informasi politik maupun pemilu. Sisanya menjawab dalam rentang angka tiga hingga lima. Nilai rata-rata dari jawaban peserta terkait pengetahuan atas akun media sosial politik terpercaya untuk mendapatkan informasi mengenai pemilihan umum berada pada nilai 3,09. Secara garis besar, peserta cukup mengetahui keberadaan akun media sosial politik terpercaya untuk mendapatkan informasi mengenai pemilihan umum.

Pernyataan keempat ialah saya mengetahui adanya akun media sosial KPU RI untuk mendapatkan informasi terkait pemilihan umum (pemilu). Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada angka 3,06. Secara umum peserta cukup mengetahui keberadaan akun media sosial KPU RI untuk mendapatkan informasi terkait pemilihan umum. Pernyataan kelima ialah saya mengetahui yang dimaksud dengan politik identitas. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada angka 2,7. Nilai rata-rata ini merupakan nilai terendah dari seluruh pernyataan yang diberikan. Tingkat pengetahuan peserta pada isu politik identitas merupakan yang paling rendah. Sebanyak 40,62% peserta tidak mengetahui apa itu politik identitas. Pernyataan keenam adalah saya mengetahui bahwa adanya perbedaan pilihan politik dapat memecah persahabatan. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada angka 3,39. Secara umum, para peserta mengetahui adanya kemungkinan perpecahan dari adanya perbedaan pilihan politik.

Pernyataan ketujuh adalah saya mengetahui cara untuk menghindari perdebatan politik/ *war* di media sosial. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada nilai 3,42. Sebagian besar peserta menyatakan mereka mengetahui cara untuk menghindari dampak negatif dari fenomena politik di media sosial. Pernyataan kedelapan adalah saya mengetahui cara untuk mendapatkan informasi pemilu yang benar di media sosial. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada nilai 3,43. Terakhir, pernyataan kesembilan ialah saya mengetahui cara untuk mendapatkan informasi politik yang benar di media sosial. Nilai rata-rata jawaban peserta dari pernyataan tersebut berada pada nilai 3,45. Secara umum mereka mengetahui dengan baik terkait cara mendapatkan informasi pemilu dan politik yang benar di media sosial.

3. 5 Kenaikan Tingkat Pengetahuan Isu Media Sosial, Informasi dan Pemilih Pemula

Kenaikan tingkat pengetahuan para siswa-siswi diukur dengan membandingkan nilai rata-rata pada sembilan pertanyaan utama dalam kuesioner. Sebelum dipaparkan nilai perbandingannya, akan dipaparkan pendapat para peserta terkait peningkatan pengetahuan peserta. Pada jawaban dari pernyataan saya mendapat pengetahuan tambahan mengenai dinamika politik di media sosial, rata-rata nilai jawaban peserta berada di angka 3,89. Secara umum para peserta setuju bahwa terdapat pertambahan pengetahuan dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Pada pernyataan selanjutnya, saya mendapat pengetahuan tambahan mengenai dinamika pemilu di media sosial, rata-rata nilai jawaban para peserta berada pada nilai 3,9. Secara umum para peserta setuju bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dalam aspek dinamika pemilu di media sosial. Secara keseluruhan peserta merasakan adanya pertambahan pengetahuan dari kegiatan yang diikuti.

Selanjutnya akan dipaparkan pertambahan nilai pada sembilan aspek yang ditanyakan melalui kuesioner. Pertama, pada bagian pernyataan saya mengetahui bahwa terdapat kemungkinan penyebaran informasi politik palsu di media sosial, terdapat kenaikan rata-rata dari 3,78 menjadi 4. Terdapat pertambahan rata-rata sebesar 0,22. Hal ini menunjukkan

terjadinya peningkatan tingkat pengetahuan siswa-siswi. Kedua, pada pernyataan saya mengetahui bahwa ada yang namanya akun buzzer politik di media sosial, terjadi kenaikan rata-rata dari angka 3,17 ke angka 3,87. Hal ini berarti terjadi peningkatan pengetahuan siswa-siswi sebesar 0,7. Pada pernyataan ketiga, saya mengetahui akun media sosial politik terpercaya untuk mendapatkan informasi mengenai pemilu, terjadi peningkatan rata-rata jawaban dari 3,09 ke 4,04. Terjadi peningkatan pengetahuan siswa-siswi sebesar 0,95. Nilai tersebut merupakan peningkatan yang cukup tinggi, yaitu terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 23,75%.

Pada pernyataan keempat, saya mengetahui adanya akun media sosial KPU RI untuk mendapatkan informasi terkait pemilu, terdapat peningkatan dari 3,06 ke angka 3,98. Berarti telah terjadi penambahan pengetahuan akan adanya akun media sosial KPU RI di kalangan siswa-siswi SMA PGRI 3 Jakarta yang mengikuti sosialisasi. Selanjutnya, pada pernyataan kelima, saya mengetahui yang dimaksud dengan politik identitas, terdapat penambahan dari nilai rata-rata 2,7 menjadi 3,79. Berarti terdapat penambahan pengetahuan sebesar 1,09 atau sebesar 27,25% di kalangan peserta terkait politik identitas. Politik identitas menjadi sebuah hal baru yang dipahami oleh sebagian besar peserta dibandingkan dengan isu-isu lain yang dikemukakan. Pertambahan pengetahuan tertinggi ada pada bagian isu politik identitas. Hal tersebut sejalan dengan hasil jawaban kuesioner pada bagian pra-sosialisasi bahwa politik identitas merupakan hal yang paling tidak diketahui oleh para peserta, sehingga peningkatan pengetahuannya pun lebih besar.

Pada pernyataan keenam, saya mengetahui bahwa adanya perbedaan pilihan politik dapat memecah persahabatan, juga terjadi penambahan tingkat pengetahuan. Nilai rata-rata yang semula berada pada angka 3,39 meningkat menjadi 3,81. Terjadi penambahan pengetahuan sebesar 0,42. Pada pernyataan ketujuh, saya mengetahui cara untuk menghindari perdebatan politik/ *war* di media sosial, terjadi penambahan dari rata-rata 3,42 menjadi 3,89. Terjadi penambahan pengetahuan peserta sebesar 0,47. Pada pernyataan kedelapan, saya mengetahui cara untuk mendapatkan informasi pemilu yang benar di media sosial, terjadi penambahan dari 3,43 menjadi 3,96. Terjadi penambahan sebesar 0,53 atau 13,25%. Terakhir, pada pernyataan saya mengetahui cara untuk mendapatkan informasi politik yang benar di media sosial, terjadi penambahan nilai rata-rata dari angka 3,45 ke angka 4. Pertambahan pengetahuan siswa-siswi sebesar 0,55 atau sebesar 13,75% dalam hal cara mendapatkan informasi politik yang benar di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis serta perbandingan nilai rata-rata jawaban peserta dari kuesioner sebelum dan sesudah sosialisasi yang telah dipaparkan di atas, terdapat peningkatan pengetahuan dalam sembilan aspek yang ditanyakan. Nilai rata-rata pertambahan keseluruhan pengetahuan siswa-siswi terkait isu media sosial, informasi dan pemilihan pemilu berada di angka 0,65. Hal tersebut memiliki arti bahwa pertambahan pengetahuan para siswa-siswi yang mengikuti sosialisasi secara lengkap ialah sebesar 16,25%. Adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat terbukti dapat meningkatkan pengetahuan para peserta jika mereka mengikuti secara keseluruhan tahapan dari awal hingga akhir. Pertambahan pengetahuan di luar materi-materi yang disampaikan di kelas cukup menjanjikan.

4. KESIMPULAN

Sosialisasi terkait fenomena politik di media sosial kepada calon pemilihan pemilu perlu dilaksanakan berikatan dengan sudah dekatnya masa-masa pemilihan umum. Pemilihan pemilu yang kini kehidupannya tidak lepas dari media sosial perlu dibekali pengetahuan agar tidak terjebak dalam fenomena politik tidak menyenangkan di media sosial. Sosialisasi yang dilaksanakan juga perlu untuk mencegah terjadinya hal-hal buruk yang dapat menimpa pemilihan pemilu di masa mendatang. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi interaktif yang dilengkapi dengan kuesioner, pengetahuan peserta dapat meningkat dalam waktu yang singkat. Pengetahuan atas fenomena politik, dampak buruk serta solusi penanganannya menjadi meningkat. Adanya peningkatan pengetahuan siswa dan siswi

sebagai calon pemilih pemula diharapkan dapat menjadi benteng dan bekal untuk menghadapi fenomena pemilihan umum di masa mendatang.

5. SARAN

Saran yang ingin diberikan oleh pelaksana akan berkaitan dengan harapan atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan. Harapan pelaksana atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah kegiatan diharapkan dapat berdampak pada perilaku siswa dan siswi secara langsung. Sebagai saran untuk kegiatan selanjutnya, dapat dilakukan pengabdian yang bersifat *offline* atau tatap muka secara langsung. Kegiatan tersebut juga dapat dilengkapi dengan demo praktik perilaku cara menanggapi fenomena politik di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada STIKOM InterStudi yang telah memberi dukungan finansial terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini. Serta kepada SMA PGRI 3 Jakarta yang telah bersedia berkolaborasi melaksanakan dan menerima kegiatan PKM ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Neudert, L., Howard, P., & Kollanyi, B, 2019, Sourcing and Automation of Political News and Information During Three European Elections, *Social Media + Society*, vol 5, no 3, hal 1–13, <https://doi.org/10.1177/2056305119863147>.
- [2] Trevisan, F, 2020, “Do You Want to Be a Well-Informed Citizen, or Do You Want to Be Sane?” Social Media, Disability, Mental Health and Political Marginality, *Social Media + Society*, vol 6, no 1, hal 1–11, <https://doi.org/10.1177/2056305120913909>.
- [3] Su, M., Suk, J., & Rojas, H, 2022, Social Media Expression, Political Extremity and Reduced Network Interaction: An Imagined Audience Approach, *Social Media + Society*, vol 8, no 1, hal 1–13, <https://doi.org/10.1177/20563051211069056>.
- [4] Boulianne, S., Copeland, L., dan Koc-michalska, K, 2022, Digital Media and Political Consumerism in the United States, United Kingdom and France, *New Media & Society*, vol 0, hal 1–21, <https://doi.org/10.1177/14614448221083025>.
- [5] Oh, H. J., Lor, Z., & Choi, J., 2021, News Repertoires and Political Information Efficacy: Focusing on the Mediating Role of Perceived News Overload, *SAGE Open*, vol 11, no 1, hal 2–9, <https://doi.org/10.1177/2158244020988685>.
- [6] Wood, J. T., 2014, *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication*. Wadsworth Cengage Learning, Boston.