Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dampak Politik Media dan Konstruksi Realitas Masyarakat: Analisis Kritis Politik Media Dalam Pemilu Presiden Indonesia 2019 Dalam Perspektif Studi Media Dan Budaya

Iin Indrawati Budi Utami[1] Indra Martian Permana[2]
[12]Universitas Ibn Khaldun, iinindrawati139@gmail.com

Abstrak

Fenomena pilpres 2019 di Indonesia memperlihatkan sebuah kontradiksi dalam praktik demokrasi, sebab ranah pers dan ranah maya menjadi medan laga sarat rekayasa. Penelitian ini berupaya mengupas tuntas peranan media dalam membentuk pandangan dunia warga negara selama masa kontestasi Pemilihan Presiden (Pilpres) di Indonesia tahun 2019. Menggunakan landasan kajian media dan kebudayaan, seraya menempatkan fokus pada Teori Ekonomi Politik Media dan konsep Simulakra, riset ini menguji arsitektur kepemilikan media yang didominasi segelintir pihak di Indonesia dan implikasinya terhadap otonomi jurnalistik. Pendekatan yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif, mencakup telaah literatur mendalam serta pembacaan arsip di media konvensional dan wadah digital. Hasil studi mengindikasikan bahwa media massa Indonesia gagal menjaga netralitasnya sebab terseret oleh agenda kepentingan finansial serta kekuasaan para pemiliknya. Di ranah daring, rekayasa tanda-tanda visual menghasilkan situasi hiperealitas, membuat publik kesulitan memilah mana kebenaran faktual dan mana citra politis semata. Konsekuensi jangka panjangnya adalah menguatnya perpecahan sosial ekstrem, tercermin dari istilah seperti "cebong" dan "kampret". Saran dari kajian ini menekankan perlunya memperkuat materi ajar literasi media yang kritis, berlandaskan asas komunikasi etis Islam (Tabayyun), demi membentengi masyarakat dari tersebarnya kabar bohong.

Kata Kunci: *Hiperealitas, Konstruksi Realitas, Pemilu 2019, Politik Media, Tabayyun*

Abstract

The phenomenon of the 2019 presidential election in Indonesia reveals a contradiction in democratic practice, as both the press and the digital sphere became arenas heavily laden with manipulation. This study aims to thoroughly examine the role of media in shaping citizens' worldviews during the 2019 presidential election contestation in Indonesia. Drawing on media and cultural studies, and focusing on the Political Economy of Media Theory and the concept of Simulacra, this research investigates the architecture of media ownership—dominated by a small number of actors in Indonesia—and its implications for journalistic autonomy. The study employs a descriptive qualitative approach, involving an in-depth literature review and analysis of archives from both conventional media and digital platforms. The findings indicate that Indonesian mass media failed to maintain neutrality, as they were influenced by the financial and political agendas of their owners. In the online sphere, the manipulation of visual signs created a condition of hyperreality, making it difficult for the public to distinguish between factual truth and mere political imagery. The long-term consequence is the intensification of extreme social polarization, reflected in labels such as "cebong" and "kampret." This study recommends strengthening critical media literacy education, grounded in the ethical principles of Islamic communication (Tabayyun), to protect society from the spread of misinformation.

Keywords: *Hyperreality, Social Construction of Reality, 2019 Election, Media Politics, Tabayyun*

Corresponding Author:
Iin Indrawati Budi Utami
1Universitas Ibn Khaldun, iinindrawati139@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Dalam dunia serba terhubung saat ini, media massa tidak dapat lagi dipandang sekadar sebagai wadah penyampai pesan yang netral saja (Jurriëns, 2020). Idealnya, media semestinya berperan sebagai "pengawas" bagi demokrasi sekaligus sumber berita objektif bagi masyarakat luas. Akan tetapi, realitas kontemporer memperlihatkan bahwa media telah berevolusi menjadi kekuatan besar yang punya kapabilitas tinggi untuk menanamkan ideologi, membentuk narasi, serta memengaruhi pandangan umum khalayak. Sebagaimana dikemukakan riset terbaru, media kini berfungsi sebagai arena pertarungan simbolis, di mana apa yang kita anggap sebagai kenyataan sosial bukanlah sesuatu yang inheren, melainkan hasil dari proses tawar-menawar makna yang rumit dan sarat kepentingan (Nurhajati et al. , 2019).

Pergeseran ini di Indonesia punya lintasan sejarah panjang dan makin menonjol dalam sepuluh tahun belakangan. Transformasi media dari instrumen perlawanan menjadi entitas industri kapitalis telah menimbulkan dampak serius pada independensi berita. Dalam praktiknya, terlihat bahwa keputusan redaksional media kini seringkali tidak lagi berpegang pada standar jurnalistik universal atau kemaslahatan publik, melainkan amat dipengaruhi oleh tatanan sosio-ekonomi yang berlaku. Media massa acap kali tersandera oleh kepentingan pemodal yang memiliki kedekatan politik, sehingga lingkup independensi redaksi terkikis akibat intervensi pemilik demi menjaga posisi politik ataupun keuntungan ekonomi mereka (Pramiyanti et al. , 2024).

Isu Pemilihan Umum (Pemilu), khususnya Pilpres 2019, berfungsi sebagai studi kasus sosial yang menyingkap cara kerja media konvensional dan sarana digital dalam memanipulasi pandangan publik. Dalam era perubahan cepat ini, corak komunikasi politik tidak lagi berjalan sepihak dari atas ke bawah. Sebaliknya, digitalisasi memungkinkan lahirnya interaksi yang sangat dinamis namun juga menyimpan potensi bahaya besar di ranah maya. Di satu sisi, kemajuan teknologi ini membuka lebar akses partisipasi politik; namun di sisi lain, ia turut memicu tantangan berupa keterbelahan ekstrem dan meluasnya informasi palsu (Yusuf and Shanty, 2022).

Pemanfaatan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dalam agenda politik menandakan perubahan substansial dalam strategi penyampaian pesan kandidat. Kampanye kini lebih mengutamakan aspek visual, pembentukan persona, dan narasi emosional yang dirancang hati-hati untuk membangun citra positif di mata para pemilih (Nofiard, 2022). Masalah timbul saat implementasi teknologi ini tidak diiringi oleh etika komunikasi yang memadai, mengakibatkan media digunakan secara terang-terangan oleh pemiliknya untuk mendukung figur politik tertentu, yang kemudian memunculkan fenomena keberpihakan media yang gamblang.

Kondisi ini menjadikan munculnya "kebisingan informasi," di mana perbedaan antara fakta nyata dan konstruksi simbolik menjadi tidak jelas. Dari sudut pandang postmodern, fenomena ini membawa masyarakat ke dalam keadaan hiperealitas. Dalam keadaan ini, simulasi realitas terasa lebih nyata dibandingkan kenyataan itu sendiri. Masyarakat kehilangan kemampuan kritis untuk membedakan antara kebenaran yang objektif dan citra politik yang dibentuk melalui teknik framing dan manipulasi algoritma (Saputra dan Erowati, 2021). Media sekarang tidak hanya melaporkan peristiwa tetapi juga "menciptakan" peristiwa.

Meskipun banyak literatur telah membahas tentang bias media dalam politik dan kebebasan pers setelah reformasi, masih ada kekurangan signifikan dalam kajian akademik saat ini. Sebagian besar penelitian cenderung memisahkan analisis ekonomi-politik media tradisional dari analisis teknis algoritme media sosial. Terdapat kekurangan dalam literatur yang mampu mensintesiskan secara menyeluruh mengenai bagaimana dominasi pemilik media besar berinteraksi dengan mekanisme algoritme platform digital untuk membentuk gelembung informasi yang memperburuk polarisasi dalam masyarakat (Sitorus, 2024).

Di samping itu, penetrasi media digital yang sangat luas di kalangan pemilih muda sering kali tidak disertai dengan tingkat literasi media yang baik, menjadikan mereka kelompok yang

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

paling rentan terhadap manipulasi opini (Juditha, 2019). Selain itu, ada kebutuhan mendurgent untuk menilai fenomena gangguan informasi ini dari perspektif pendidikan dan etika yang lebih dalam, seperti etika komunikasi Islami, agar dapat memberikan dasar moral bagi masyarakat dalam menyaring informasi di tengah maraknya hoaks dan propaganda (Imrani et al. , 2024).

Mengacu pada masalah dan kesenjangan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dirancang untuk membedah secara mendalam dan kritis tentang cara kerja mekanisme politik media dalam membentuk realitas politik, terutama dalam konteks kontestasi pemilihan umum di Indonesia (Sari dan Rusdi, 2023). Penyelidikan ini berfokus pada usaha untuk mengungkap sejauh mana intervensi kepentingan pemilik modal dalam media dapat merusak objektivitas berita dan memengaruhi opini publik demi kepentingan politik tertentu. Lebih jauh, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi secara menyeluruh peran teknologi digital modern, khususnya melalui penggunaan algoritme media sosial serta mobilisasi opini oleh aktor digital seperti buzzer, dalam menciptakan kondisi hiperealitas yang menyamarkan persepsi masyarakat terhadap integritas dan kapasitas asli para kandidat politik.

Selain aspek teknis dan struktural tersebut, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi dampak sosiologis dari polarisasi yang dihasilkan oleh sinergi negatif antara bias informasi di media utama dan segregasi informasi yang terjadi di dunia digital. Melalui analisis ini, diharapkan bisa ditemukan pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana ekosistem informasi yang pecah dapat membagi masyarakat ke dalam kelompok-kelompok yang saling bertentangan. Pada akhirnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan kerangka strategis mengenai literasi media yang sesuai dengan tantangan zaman. Strategi ini dirancang untuk memberdayakan masyarakat melalui penguatan etika komunikasi yang kuat, sehingga publik dapat memiliki kesadaran kritis dan landasan moral yang kuat dalam memilah, memvalidasi, dan mengonsumsi informasi politik di tengah kompleksitas gangguan informasi yang semakin meningkat di masa depan.

Teori konstruksi sosial mengenai realitas adalah dasar penting untuk memahami bagaimana individu dan kelompok dalam masyarakat menciptakan, mempertahankan, dan memberi makna pada realitas sosial. Berger dan Luckmann mengemukakan bahwa realitas sosial tidak bersifat alami dan obyektif, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang terus-menerus terjadi melalui interaksi antar manusia. Proses ini berlangsung dalam tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, yang memungkinkan pengalaman individu berubah menjadi kenyataan sosial yang terlembagakan dan diterima sebagai kebenaran bersama.

Di era masyarakat modern, media memainkan peran yang semakin penting dalam membangun realitas sosial. Media tidak hanya berfungsi sebagai penghubung informasi, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang memiliki kekuatan simbolik dalam menentukan makna, nilai, dan penjelasan tentang realitas. Penelitian terkini menunjukkan bahwa media digital mempercepat dan memperluas proses konstruksi sosial dengan cara memproduksi, mereproduksi, dan menyebarkan makna secara luas melalui teks, gambar, dan format audiovisual.

Dalam hal ini, Fathilah, Fitrayani, dan Bahtiar menegaskan bahwa algoritma dalam media digital berfungsi sebagai aktor struktural baru dalam proses pembangunan realitas sosial. Algoritma tersebut tidak beroperasi secara netral, tetapi memilih dan mengutamakan konten sesuai dengan kepentingan platform, yang membentuk pola konsumsi informasi di masyarakat. Di sini, proses eksternalisasi dan objektivasi realitas sosial tidak hanya dipengaruhi oleh lembaga media, tetapi juga oleh sistem teknologi yang sering kali tidak transparan.

Terakhir, Moefad dan Purnomo menambahkan bahwa di Indonesia, pembangunan realitas sosial melalui media terjadi dalam konteks budaya yang rumit, di mana narasi global berinteraksi dengan nilai-nilai lokal. Media memiliki peran dalam membingkai identitas sosial, norma, dan diskursus publik melalui simbol-simbol budaya yang kemudian diadopsi oleh masyarakat sebagai realitas yang dianggap sah. Dengan demikian, media bertindak sebagai ruang untuk memproduksi makna yang membentuk kesadaran kolektif masyarakat.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Ekonomi Politik Media dan Struktur Kekuasaan

Kerangka berpikir ilmu ekonomi politik media memberi kita alat untuk mengerti bagaimana pembentukan isi media erat bersinggungan dengan relasi kekuasaan serta kepentingan finansial. Karena media beraktivitas dalam kerangka kapitalisme, visualisasi yang mereka hadirkan cenderung merefleksikan kepentingan para pemegang modal dan tokoh politik yang sedang memegang kendali. Dengan demikian, gambaran realitas sosial yang dibentuk media sejatinya merupakan produk dari proses penyaringan ideologis, bukannya cerminan fakta sosial yang tanpa bias.

Kajian belakangan ini mengindikasikan bahwa dalam lingkup media digital, otoritas bukan cuma terletak pada pemilik media konvensional, tetapi juga pada perusahaan platform digital berskala global yang mengatur peredaran informasi melalui sistem algoritma. Flew dan Iosifidis (2020) menyebutkan bahwa munculnya media berbasis platform telah melahirkan model baru pemusatan kekuasaan, di mana kemampuan mengendalikan tampilan informasi menjadi sumber pengaruh politik dan finansial yang sangat signifikan.

Di konteks Indonesia, Nugroho dan Syarif (2023) berpendapat bahwa media bekerja dalam suatu tatanan campuran yang menyatukan hasrat politik, kebutuhan ekonomi, serta mekanisme operasional platform digital. Kondisi ini mengakibatkan media berperan ganda, yaitu sebagai sarana penyampaian pesan publik sekaligus instrumen otoritas yang membentuk agenda serta alur cerita di tengah masyarakat. Aulia (2025) menambahkan bahwa konsentrasi kepemilikan media kian mempertegas kecenderungan keberpihakan dalam laporan berita dan perpecahan diskusi, khususnya menyangkut topik pemerintahan dan keyakinan.

Gagasan mengenai hiperrealitas dan simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard kini makin relevan di era digitalisasi media. Hiperrealitas merujuk pada keadaan di mana penggambaran dalam media tidak lagi sekadar meniru dunia nyata, melainkan justru melahirkan suatu konstruksi realitas baru yang terasa lebih dominan daripada kenyataan aslinya. Di ranah media digital, visual, lambang, dan alur cerita yang memancing perasaan membentuk sebuah tatanan interaksi sosial yang sifatnya tiruan.

Studi kekinian mengindikasikan bahwa media digital mempercepat pembentukan hiperrealitas berkat penggunaan tampilan visual, penyebaran cepat, serta sistem algoritma. Sari (2023) menguraikan bahwa khalayak cenderung memberikan reaksi lebih terhadap aspek simbolis yang disuguhkan media dibandingkan dengan fakta empiris, sehingga batas antara kebenaran dan peniruan kian kabur. Keadaan ini makin diperkokoh oleh budaya jejaring sosial yang cenderung lebih menonjolkan penampilan, aksi, serta penggambaran diri setiap orang. Jika dilihat dari lanskap politik Indonesia, Saputra dan Erowati (2024) menemukan bahwa upaya meraih suara melalui media digital menghasilkan suatu lingkungan hiperrealitas melalui pembentukan citra visual serta penggunaan simbol-simbol naratif. Para pemilih cenderung lebih terpikat pada lambang, sosok figur, dan perasaan yang diolah oleh media daripada isi sesungguhnya dari program kerja. Ini memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya berpengaruh pada cara orang melihat politik, namun juga ikut membentuk realitas politik itu sendiri.

Konsep penentuan agenda dan pembingkaian masih memegang peranan sebagai instrumen kajian krusial guna mengerti bagaimana pers membentuk konstruksi kehidupan bermasyarakat. Penentuan agenda menyoroti kapasitas pers dalam menentukan topik mana yang publik anggap berbobot, sedangkan pembingkaian lebih berfokus pada metode pers mengartikan serta menonjolkan aspek-aspek spesifik dari kenyataan sosial.

Studi mutakhir menunjukkan bahwa dalam lanskap pers digital, penetapan agenda tidak semata-mata dipengaruhi oleh saluran pers konvensional, namun juga dipengaruhi oleh sistem algoritmik dan keterlibatan para pemakai. Meraz serta Papacharissi (2021) mengemukakan bahwa agenda publik kini terbentuk dari jalinan timbal balik rumit antara pers profesional, sarana digital, dan khalayak yang aktif berpartisipasi.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Di nusantara, Suhardi dan Salamah (2024) mendapati bahwa portal berita daring secara terpilih membingkai urusan politik lewat pemilihan narasumber, diksi yang dipakai, dan unsur visual, alhasil membentuk tatanan sosial yang kerap kali berat sebelah. Pembingkaian yang dilakukan pers tidak hanya memengaruhi cara publik mencerna kejadian, tetapi juga berimplikasi pada pandangan, perasaan, dan kecenderungan politik setiap orang.

METODE

Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif, menggunakan desain tinjauan literatur kritis yang dipadukan dengan telaah dokumen. Pendekatan ini dipilih sebab memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap gagasan, perdebatan, serta konstruksi makna yang termuat dalam naskah akademik dan arsip media. Tinjauan kritis memberi peneliti kesempatan bukan hanya merangkum temuan terdahulu, melainkan juga menilai, membandingkan, sekaligus mengulas perspektif teoretis serta hasil empiris yang berhubungan dengan subjek penelitian (Snyder, 2019). Metodologi kualitatif dianggap pas sebab berkonsentrasi pada pemahaman konteks, arti, dan interaksi sosial, khususnya dalam studi media dan politik yang sarat dimensi ideologis dan simbolis. Pendekatan kualitatif lebih menekankan interpretasi teks dan wacana sebagai cerminan dari realitas sosial yang terkonstruksi, alih-alih data yang dianggap murni objektif (Creswell and Poth, 2021).

Dalam kerangka ini, media diposisikan sebagai arena pembentuk makna yang dapat diurai melalui dokumen, alur cerita, dan simbol. Pengumpulan materi dilakukan dengan mencari sumber ilmiah dan berkas digital relevan, mencakup jurnal terindeks, buku-buku akademik mutakhir, laporan riset, hingga arsip berita daring. Analisis dokumen diterapkan untuk menginvestigasi konten teks secara sistematis demi menemukan pola wacana, tema, dan kecenderungan arti yang muncul dalam representasi media (Bowen, 2020). Teknik ini membantu peneliti memahami bagaimana tatanan sosial dan politik dibentuk melalui teks-teks media dan literatur ilmiah.

Analisis temuan dilaksanakan secara berulang dan berjenjang, mengikuti kerangka analisis kualitatif kontemporer yang mengutamakan penataan dan interpretasi data secara reflektif (Miles, Huberman, and Saldaña, 2020). Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Reduksi Data, yaitu tahapan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang bersumber dari literatur dan dokumen terkait isu politik media dan pembentukan kondisi sosial.
2. Paparan Data, yakni mengatur data yang telah disaring ke dalam narasi interpretatif dan matriks tematik agar hubungan antar konsep dan pola dapat terlihat jelas.
3. Penarikan Kesimpulan, yaitu proses mensintesis dan menafsirkan hasil guna merumuskan arti, implikasi teoretis, serta kontribusi riset bagi studi politik dan media.

Melalui prosedur ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan analitis mengenai bagaimana media turut andil dalam membentuk realitas sosial dan politik lewat proses penciptaan makna yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Oligarki Media dan Kecenderungan Liputan Berita Konvensional

Telaah menunjukkan bahwa kepemilikan media di Indonesia masih terpusat pada segelintir figur berpengaruh dari lingkungan politik serta ekonomi, yang kemudian memengaruhi independensi dalam penyajian berita. Studi termutakhir menegaskan bahwa kepemilikan media yang terikat pada partai politik melahirkan relasi timbal balik antara pemilik media dan pemegang kekuasaan, yang mengakibatkan laporan berita jarang sekali seimbang, terutama pada periode kontestasi pemilihan umum (Tapsell dan Sen, 2022; Nugroho et al. , 2021). Dalam konteks Pilpres 2019, jaringan media utama tidak sekadar menjadi corong penyampaian informasi, melainkan berperan sebagai agen aktif dalam gelanggang politik simbolik guna menyusun alur cerita sejalan dengan preferensi ideologi

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

pemiliknya. Riset terbaru mengenai teknik pembingkaian (framing) mengungkap bahwa Metro TV secara konsisten menyoroti isu ketenangan, keberhasilan pembangunan, dan validasi terhadap pemerintahan yang sedang menjabat, sementara TV One memberi panggung lebih besar untuk suara-suara kontra dari kelompok penentang serta narasi yang menggoyahkan legitimasi penguasa (Haryanto dan Suryani, 2022).

Di sisi lain, platform daring seperti Kompas. com mempertahankan posisi yang cenderung berada di tengah dengan memprioritaskan aspek etika-politik dan nilai pendidikan, meskipun mereka tetap menghadapi tekanan dari sistem algoritmik dan tuntutan kepentingan ekonomi digital (Subagio, 2025). Republika. co. id terlihat memiliki kecenderungan dalam menyusun berita berbasis identitas keislaman, khususnya mengenai isu yang menyangkut komunitas Muslim dan norma kesusilaan publik, sebagaimana teramati dalam telaah wacana keagamaan digital (Muthaqin et al. , 2021).

Tabel 1. Kecenderungan Pembingkaian Media Massa Utama

Media Arus Utama	Afiliasi Pemilik	Pola Pembingkaian (Jurnal Terbaru)
Metro TV	Elite politik Nasdem	Legitimasi pemerintah & stabilitas (Haryanto & Suryani, 2022)
TV One	Oligarki bisnis-politik	Kritik oposisi & konflik elite (Wijaya, 2023)
Kompas.com	Independen moderat	Moral-politik & edukatif (Subagio, 2025)
Republika.co.id	Kelompok Islam	Aspirasi umat & nilai religius (Muthaqin et al., 2021)

Transformasi Dunia Maya: Agen Bayaran, Aturan Mesin, dan Penciptaan Berita Palsu

Evolusi dalam arena publik berbasis internet memunculkan industri penyebar pesan politik profesional yang bekerja secara terstruktur dan mendapat kompensasi. Penelitian terkini menunjukkan bahwa agen bayaran ini tak hanya menyebarkan agenda, namun juga memengaruhi suasana batin masyarakat melalui serangan personal, penayangan stereotip negatif, serta masifnya penyebaran narasi tertentu (Susanto dan Azzahra, 2022).

Mekanisme algoritma pada platform jejaring sosial memainkan peran signifikan dalam meningkatkan perpecahan dengan memanfaatkan cara kerja gelembung penyaring (filter bubble) dan ruang gema (echo chamber). Kajian data lapangan pasca-2020 mengindikasikan bahwa pengguna lebih sering menyaksikan muatan yang sejalan dengan pandangan politik mereka, yang pada gilirannya menyempitkan batas pengetahuan dan menguatkan kekeliruan berpikir bawaan (Cinelli et al. , 2021).

Munculnya Hiperealitas Politik

Temuan yang signifikan lainnya adalah penguatan hiperealitas politik, yaitu situasi di mana representasi media dianggap lebih dapat dipercaya daripada kenyataan yang sesungguhnya. Penelitian terbaru yang berlandaskan teori Baudrillard menunjukkan bahwa batas antara fakta, pendapat, survei, dan propaganda semakin tidak jelas di ranah digital (Putri dan Heryanto, 2022). Kasus kematian petugas KPPS, misalnya, tidak lagi dipandang sebagai peristiwa medis atau

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

administratif, tetapi direpresentasikan sebagai simbol politik oleh berbagai aktor di dunia maya. Berbagai narasi yang bertentangan menciptakan ilusi realitas yang terus-menerus diulang, sehingga publik kehilangan pegangan epistemologis untuk membedakan antara kebenaran dan manipulasi (Sari dan Kurniawan, 2021).

PEMBAHASAN

Cara Kerja Simulasi dalam Kampanye Digital

Pemilihan Presiden tahun 2019 menyoroti pergeseran dalam lanskap politik kontemporer menuju politik yang didominasi simulakra, di mana representasi visual dan tanda lebih diutamakan daripada substansi kebijakan. Studi terkini mengenai platform TikTok dan Instagram memperlihatkan bahwa penggambaran kandidat dengan isyarat keagamaan, kedekatan dengan publik, dan narasi kerendahan hati seringkali lebih berpengaruh daripada paparan rencana kerja yang nyata (Nuraliza et al. , 2025). Dalam skenario ini, situasi politik bukan sekadar cerminan, melainkan dibentuk melalui pengulangan terus-menerus dari algoritma, gaya visual, serta alur cerita yang menggerakkan emosi.

Perpecahan dan Pengelompokan Sosial: Istilah "Cebong" dan "Kampret"

Perpecahan politik berbasis identitas daring telah berkembang menjadi pemisahan sosial yang nyata. Setelah Pemilu, riset menunjukkan bahwa penggunaan label "Cebong" dan "Kampret" berfungsi untuk mempermudah pengkategorian afiliasi politik, yang dampaknya menghilangkan ruang bagi diskusi yang berlandaskan logika (Tapsell dan Lim, 2021). Para pemain digital memanfaatkan sebutan ini untuk memicu sentimen negatif antar kelompok dan memperkuat kesetiaan internal, menyebabkan persaingan politik bergeser dari kontes gagasan menjadi urusan yang sarat perasaan (Idris dan Fahlevi, 2022). Karena publik mulai meragukan media arus utama, mereka beralih ke sarana komunikasi privat seperti WhatsApp dan Telegram. Riset terbaru mengindikasikan bahwa saluran pribadi ini lebih rentan terhadap informasi keliru sebab minimnya sistem untuk koreksi jurnalistik dan sosial (Anam dan Syaiful, 2024). Jika kondisi ini dibiarkan, stabilitas kebersamaan dan kohesi di tengah kemajemukan masyarakat Indonesia dapat terancam.

Pentingnya Pemahaman Media yang Kritis

Sebagai respons, pemahaman literasi media perlu diperluas melampaui aspek teknis, harus menyentuh dimensi kritis sekaligus etika. Memasukkan prinsip-prinsip Islami seperti *tabayyun* menjadi krusial sebagai landasan moral dan cara pandang dalam menyaring informasi dari dunia maya (Imrani et al. , 2024).

Tabel 2. Strategi Literasi Media Kritis

Strategi	Komponen Utama	Tujuan
Kognitif	Pemahaman algoritme (Cinelli et al., 2021)	Menyadari bias informasi
Etis (Tabayyun)	Verifikasi & kehati-hatian (Imrani et al., 2024)	Menekan hoaks
Teknis	Fact-checking digital (Pratama et al., 2022)	Validasi data
Kritis	Dekonstruksi wacana (Rahayu & Nugroho, 2023)	Pemilih rasional

Tabel strategi literasi media kritis di atas menunjukkan bahwa untuk mengatasi disinformasi dan manipulasi politik di dunia digital, kita tidak bisa melakukannya dengan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

pendekatan tunggal. Sebaliknya, diperlukan pendekatan yang beragam yang mencakup aspek-aspek kognitif, etis, teknis, dan kritis. Keempat strategi ini saling melengkapi dan membentuk kerangka literasi media yang holistik dalam konteks demokrasi digital.

Strategi Kognitif

Pendekatan kognitif menekankan pentingnya pemahaman individu mengenai cara kerja algoritme di platform media sosial. Algoritme ini bertugas untuk menyaring, mengurutkan, dan merekomendasikan konten berdasarkan preferensi pengguna, riwayat interaksi, dan kepentingan ekonomi dari platform tersebut. Penelitian oleh Cinelli et al. (2021) menunjukkan bahwa mekanisme ini menciptakan ruang echo chamber dan filter bubble yang mengakibatkan pengguna lebih sering terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan politik mereka.

Dengan memahami jalannya algoritmik ini, pengguna media digital dapat menyadari bahwa informasi yang mereka terima bukanlah representasi dari realitas yang objektif, melainkan hasil dari seleksi sistematis. Kesadaran kognitif ini menjadi dasar untuk mengenali bias informasi, menghindari generalisasi berlebihan, serta mengurangi kecenderungan untuk menerima narasi politik tanpa pertimbangan.

Strategi Etis (Tabayyun)

Pendekatan etis didasarkan pada nilai-nilai moral dan prinsip kehati-hatian dalam menerima dan menyebarkan informasi. Dalam konteks masyarakat Muslim, konsep tabayyun yang mewajibkan untuk memverifikasi kebenaran suatu informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya menjadi kerangka etika yang sangat relevan. Imrani et al. (2024) menegaskan bahwa tabayyun tidak hanya memiliki nilai normatif-religius, tetapi juga berfungsi sebagai prinsip etis untuk merespons aliran informasi digital yang cepat dan tidak terverifikasi.

Penerapan strategi ini mendorong pengguna untuk tidak bereaksi secara emosional, melakukan verifikasi sumber, serta memikirkan dampak sosial dari penyebaran informasi. Tujuan akhirnya adalah mengurangi penyebaran hoaks dan disinformasi yang sering kali mengeksploitasi agama, identitas, dan emosi kolektif dalam konteks politik.

Strategi Teknis

Pendekatan teknis berfokus pada penguasaan keterampilan praktis untuk memverifikasi informasi yang ada di dunia digital. Pratama et al. (2022) menjelaskan bahwa kemampuan untuk melakukan fact-checking seperti memeriksa kredibilitas sumber, melakukan pencarian gambar terbalik (reverse image search), membandingkan berita di berbagai media, serta memanfaatkan platform pemeriksa fakta sangat penting dalam konteks pemilu dan politik elektoral. Berbeda dengan strategi etis yang lebih berfokus pada sikap, pendekatan teknis menekankan kemampuan operasional. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk memastikan kevalidan data dan fakta sebelum informasi digunakan untuk membentuk opini politik. Tanpa keterampilan teknis ini, kesadaran etis dan kognitif berisiko menjadi tidak konkret dan tidak dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Strategi Kritis

Pendekatan kritis adalah tingkat literasi tertinggi yang memerlukan kemampuan analisis ideologis terhadap teks media. Rahayu dan Nugroho (2023) menjelaskan bahwa media tidak pernah sepenuhnya netral karena selalu membawa kepentingan, ideologi, dan hubungan kekuasaan tertentu. Oleh karena itu, pengguna media perlu mampu untuk menganalisis wacana dan mengidentifikasi aktor yang diuntungkan, suara yang dimarginalkan, serta makna tersembunyi di balik narasi yang tampak objektif. Pendekatan ini bertujuan untuk membentuk individu yang tidak hanya mampu membedakan antara fakta dan hoaks, tetapi juga memahami

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

politik makna yang ada di balik teks media. Dengan demikian, literasi kritis secara langsung berkontribusi pada pembentukan pemilih yang rasional, yang mampu membuat keputusan politik dengan kesadaran, refleksi, dan tanggung jawab.

SIMPULAN

Kajian ini mengindikasikan bahwa kontestasi pemilihan presiden Indonesia tahun 2019 berfungsi sebagai panggung utama bagi manuver politik media yang secara terstruktur membentuk cara masyarakat memandang realitas sosial. Jika ditelaah dari perspektif ekonomi politik, terlihat nyata bahwa sikap tidak independen dari media massa konvensional dipicu oleh struktur kepemilikan yang oligopoli; ikatan kekuasaan antara pemilik media menghambat otonomi redaksi, mengubahnya menjadi alat pemenuhan ambisi kalangan elit. Kondisi ini diperburuk oleh penetrasi teknologi digital melalui mekanisme algoritma serta peran aktif partisipan digital seperti para "*buzzer*", yang kemudian menciptakan situasi hiperealitas. Dalam arena simulasi ini, batas antara kebenaran faktual dan konstruksi simbolis menjadi kabur, menyebabkan publik lebih terpikat pada citra visual dan narasi emosional ketimbang substansi program kebijakan yang sesungguhnya. Dampak sosial paling meresahkan dari perkembangan ini adalah munculnya perpecahan emosional yang tajam, memecah belah publik menjadi kubu-kubu identitas yang saling berlawanan dan mengikis keutuhan sosial dalam tatanan demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

Anam, K., & Syaiful, M. (2024). Political polarization and social cohesion in Indonesia's digital public sphere. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *40*(1), 112–128.

Aulia, M. F. (2024). Desain, hiperealitas & post-truth dalam studi kultur digital: Kampanye kandidat presiden Indonesia tahun 2024. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, *6*(1), 33–49.

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *118*(9), e2023301118.

Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. John Wiley & Sons.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Fathilah, S. A., Fitrayani, A., & Bahtiar, S. (2025). Konstruksi realitas sosial melalui algoritma media digital dalam perspektif ilmu sosial modern Indonesia. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *3*(4), 174–182. https://doi.org/10.70716/perseptif.v3i4.453

Fauzi, A., & Rahman, F. (2023). Visual politics and emotional campaigning on Instagram and TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, *27*(2), 189–204.

Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Platformization of media industries: Challenges and implications. *Media, Culture & Society*, *42*(3), 349–366.

Haryanto, I., & Suryani, N. (2022). Media ownership and political framing in Indonesian television news. *Asian Journal of Communication*, *32*(4), 356–372.

Idris, I., & Fahlevi, R. (2022). Digital political polarization and online hate narratives in Indonesia. *Journal of Media and Communication Studies*, *14*(3), 45–57.

Lim, M. (2022). Disinformation, social media, and the Indonesian democracy crisis. *Journal of Asian Studies*, *81*(2), 341–364.

Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, *18*(2), 138–166.

Muthaqin, D. I., Rahayu, S., & Nurhadi, Z. F. (2021). Islamic identity and online news framing in Indonesian digital media. *Jurnal Komunikasi Islam*, *11*(2), 155–170.

Nofiard, F. (2022). Komunikasi politik digital di Indonesia. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, *10*(2), 31–40. https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548

Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2021). Mapping media oligarchy and power relations in Indonesia. *Media and Communication*, *9*(4), 112–123.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Nugroho, Y., & Syarief, S. S. (2012). *Beyond click-activism?: New media and political processes in contemporary Indonesia*. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Nuraliza, S., Hakim, L., & Prabowo, H. (2025). Political simulacra and hyperreality in TikTok-based campaigns. *New Media & Society*, *27*(1), 88–105.

Nurhajati, L., Wijayanto, X. A., & Fitriansyah, M. A. (2019). Media massa, perempuan dan politik: Analisis framing berita bupati Minahasa Landi Itje Belo pada Pilkada 2018. *Jurnal Komunikan*, *1*(1). https://doi.org/10.30993/jurnalkomunikan.v1i1.290

Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi realitas sosial di Indonesia dalam peran media dan identitas budaya di era globalisasi. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *4*(4), 28–36. https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737

Pramiyanti, A., Mayangsari, I. D., & Nuraeni, R. (2024). Ekonomi politik media di Indonesia: Dominasi kepemilikan dan pengaruhnya terhadap independensi ruang redaksi. *Warta ISKI*, *7*(1). https://doi.org/10.24042/w6cb0n28

Pratama, A., Wibowo, K. A., & Santoso, E. (2022). Fact-checking practices and election disinformation in Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, *25*(1), 67–82.

Putri, R. E., & Heryanto, A. (2022). Hyperreality and political communication in post-truth Indonesia. *Critical Asian Studies*, *54*(3), 421–438.

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, *1*(2), 77–84. https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93

Rahayu, N., & Nugroho, C. (2023). Algorithmic bias and political discourse on social media platforms. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *12*(2), 101–116.

Saputra, R., & Erowati, D. (2021). Post-election disinformation and digital political conflict in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, *5*(3), 456–470.

Sari, D. K., & Kurniawan, B. (2021). Hoaxes, political narratives, and public trust during Indonesia's election. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *19*(1), 25–40.

Sari, M. P. (2023). Representasi, simulakra, dan hiperealitas dalam budaya media digital. *Jurnal Kajian Media dan Budaya*, *5*(1), 67–81.

Sari, W. P., & Rusdi, F. (2023). Komunikasi politik di media sosial: Strategi kampanye digital dalam membentuk citra kandidat. *Transformasi: Jurnal Komunikasi*, *4*(2). https://doi.org/10.46874/tkp.v4i2.672

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, *104*, 333–339.

Subagio, H. (2025). Moral framing and political education in Indonesian online journalism. *Jurnal Komunikasi Politik*, *3*(1), 1–17.

Suhardi, S., & Salamah, S. (Tahun Terbit Tidak Ada). Bahasa sebagai alat hegemoni: Studi literatur tentang wacana media. *Journal Media Public Relations*, *5*(1), 8–16.

Susanto, E. H., & Azzahra, F. (2022). The rise of political buzzers and digital propaganda in Indonesia. *Journal of Contemporary Southeast Asian Studies*, *4*(2), 210–226.

Tapsell, R., & Lim, M. (2021). Media power and political polarization in Indonesia. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, *40*(3), 391–413.

Tapsell, R., & Sen, K. (2022). Democracy, media oligarchy, and digital politics in Indonesia. *Journal of Asian Studies*, *81*(4), 941–963.

Wijaya, M. (2023). Television news framing and opposition narratives in Indonesian elections. *Jurnal Komunikasi Global*, *12*(1), 55–70.

Yusuf, M., & Shanty, R. (2022). Dinamika komunikasi politik di era disrupsi digital: Tantangan demokrasi dan ancaman hoaks. *Jurnal Penjaminan Mutu*, *6*(2). https://doi.org/10.22373/jp.v6i2.17842