



## **Peran Media Sosial Instagram Dalam Mempengaruhi Pilihan Politik Pemilih Muda Pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024**

### ***The Role of Instagram Social Media in Influencing Young Voters' Political Choices in the 2024 North Sumatra Governor Election***

**M Aqshal**

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

#### **Abstrak**

Pemilih muda di Sumatera Utara memiliki peran strategis dalam menentukan hasil Pemilu Gubernur 2024. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, Instagram menjadi salah satu platform utama dalam menyebarkan informasi politik dan membentuk preferensi pemilih muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Instagram dalam mempengaruhi pilihan politik pemilih muda serta mengidentifikasi dampak konten politik yang tersebar di platform tersebut. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi konten, dan dokumentasi interaksi politik di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pemilih muda melalui konten visual yang menarik, fitur interaktif, dan akses informasi politik yang lebih cepat. Namun, tantangan seperti polarisasi politik, echo chamber, serta penyebaran disinformasi menjadi hambatan dalam pemanfaatannya. Untuk mengoptimalkan peran Instagram dalam kampanye politik, diperlukan strategi komunikasi yang lebih efektif, peningkatan literasi digital, serta upaya menciptakan ruang diskusi yang lebih sehat. Dengan pendekatan yang tepat, Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda serta memperkuat demokrasi digital di era modern.

**Kata Kunci:** Instagram; pemilih muda; politik digital; kampanye; Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024.

#### **Abstract**

Young voters in North Sumatra have a strategic role in determining the results of the 2024 Governor Election. Along with the increasing use of social media, Instagram has become one of the main platforms in disseminating political information and shaping the preferences of young voters. This study aims to analyze the role of Instagram in influencing the political choices of young voters as well as identify the impact of political content spread on the platform. Using a qualitative approach with a case study method, data was collected through in-depth interviews, content observations, and documentation of political interactions on Instagram. The results of the study show that Instagram plays an important role in increasing young voter engagement through engaging visual content, interactive features, and faster access to political information. However, challenges such as political polarization, echo chambers, and the spread of disinformation are obstacles in its use. To optimize Instagram's role in political campaigns, more effective communication strategies, increased digital literacy, and efforts to create healthier discussion spaces are needed. With the right approach, Instagram can be an effective tool in increasing the political participation of young voters and strengthening digital democracy in the modern era.

**Keywords:** Instagram; young voters; digital politics; campaign; 2024 North Sumatra Governor Election.

**How to Cite:** Aqshal, M. (2025). Peran Media Sosial Instagram Dalam Mempengaruhi Pilihan Politik Pemilih Muda Pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(1): 57-62,



## **PENDAHULUAN**

Pemilih muda di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara, memiliki peran strategis dalam menentukan hasil Pemilu Gubernur 2024. Generasi ini sangat akrab dengan teknologi digital dan media sosial, menjadikannya sasaran utama bagi calon gubernur dan tim kampanye politik. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi utama, platform seperti Instagram memainkan peran signifikan dalam membentuk opini politik dan preferensi pemilih muda (Budiardjo, 2020; Rosdiana & Suryaningtyas, 2024). Media sosial kini bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi alat utama dalam distribusi informasi politik yang cepat dan luas. Dalam konteks pemilu, Instagram memberikan peluang besar bagi kandidat untuk membangun citra, menyampaikan visi dan misi, serta membentuk interaksi langsung dengan calon pemilihnya (Budiardjo, 2020).

Instagram telah berkembang menjadi lebih dari sekadar platform berbagi foto dan video. Sejak beberapa tahun terakhir, platform ini telah dimanfaatkan secara luas dalam kampanye politik, terutama oleh generasi muda yang aktif menggunakannya untuk mendapatkan informasi politik (Hidayat, 2021). Dengan fitur-fitur seperti story, reels, live streaming, dan interaksi langsung melalui komentar dan direct message, Instagram memungkinkan kandidat politik untuk membangun kedekatan dengan pemilih (Astari, 2021; Juditha, 2019). Dalam Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024, para calon diharapkan menggunakan Instagram untuk menarik perhatian pemilih muda dengan konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan isu-isu yang mereka anggap penting (Kurniawan, 2018). Keunggulan Instagram dibandingkan platform media sosial lainnya adalah kemampuannya dalam menyajikan informasi politik secara visual dan interaktif, yang lebih mudah diterima oleh generasi muda yang terbiasa dengan konten digital yang dinamis.

Keberhasilan kampanye politik di Instagram sangat bergantung pada strategi komunikasi yang digunakan. Menurut Lembaga Survei Indonesia (2020), kandidat yang mampu menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, autentik, dan relevan dengan nilai-nilai pemilih muda akan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan dukungan. Konten yang dikemas dalam bentuk infografis, video pendek, atau diskusi interaktif melalui Instagram Live dapat meningkatkan partisipasi pemilih muda dalam perbincangan politik dan membentuk opini kolektif mereka (Pratama, 2022). Melalui platform ini, kandidat tidak hanya dapat memperkenalkan program kerja mereka, tetapi juga merespons isu-isu yang berkembang di masyarakat secara langsung, sehingga menciptakan keterlibatan yang lebih besar dengan audiens mereka.

Namun, penggunaan Instagram dalam kampanye politik juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah meningkatnya penyebaran informasi yang tidak valid atau hoaks, kampanye hitam, serta bias algoritma yang dapat mempengaruhi cara pemilih muda menerima informasi (Vitak, 2011). Informasi yang salah dapat membentuk persepsi negatif atau menyesatkan pemilih dalam membuat keputusan politik. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pemilih muda memilah dan menanggapi informasi yang mereka temui di Instagram. Selain itu, keterlibatan pemilih muda dalam diskusi politik digital tidak selalu berkontribusi pada keputusan yang rasional, karena banyak faktor emosional dan sosial yang turut mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih kandidat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Instagram berperan penting dalam membentuk opini politik pemilih muda. Kurniawan (2018) dan Junaedi (2021) menyoroti bahwa Instagram tidak hanya menjadi sumber informasi politik, tetapi juga wadah interaksi antara pemilih muda dan kandidat melalui fitur komentar, likes, dan direct message, yang meningkatkan partisipasi politik. Nugroho (2019) menambahkan bahwa format visual yang menarik membuat kampanye politik lebih efektif dan mudah diterima. Studi di luar Indonesia oleh Vitak (2011) dan Zúñiga

(2017) menemukan bahwa media sosial memperkuat agenda-setting kampanye dan meningkatkan kepercayaan pemilih terhadap informasi dari jaringan sosial mereka. Wright dan Street (2007) juga menegaskan bahwa kampanye berbasis media sosial lebih efektif dalam menarik perhatian pemilih muda. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai alat komunikasi politik yang dapat memengaruhi preferensi dan keterlibatan pemilih muda dalam pemilu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran Instagram dalam mempengaruhi pilihan politik pemilih muda pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana konten yang tersebar di Instagram, baik dalam bentuk kampanye resmi maupun diskusi publik, memengaruhi preferensi politik mereka. Dengan memahami pengaruh media sosial dalam dinamika politik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan politik, termasuk partai, kandidat, serta pemilih muda itu sendiri, dalam menghadapi era digital yang semakin mendominasi arena politik. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi politik yang lebih efektif serta membangun literasi digital yang lebih baik bagi pemilih muda dalam memilah informasi politik di media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami pengaruh media sosial Instagram terhadap pilihan politik pemilih muda pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024. Subjek penelitian adalah pemilih muda berusia 17-30 tahun yang aktif menggunakan Instagram dalam mengikuti kampanye politik. Sementara itu, objek penelitian berfokus pada bagaimana Instagram memengaruhi pandangan dan keputusan politik pemilih muda. Informan dipilih melalui teknik purposive sampling yang terdiri dari pemilih muda yang aktif berinteraksi dengan konten politik serta aktivis atau anggota organisasi politik yang terlibat dalam kampanye.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi konten Instagram terkait kampanye politik, serta dokumentasi dalam bentuk tangkapan layar unggahan politik di platform tersebut (Sugiyono, 2019). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama mengenai keterlibatan pemilih muda dengan kampanye politik di Instagram. Keabsahan data dijaga dengan teknik triangulasi sumber dan member checking guna memastikan akurasi hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan di Sumatera Utara, khususnya di kota-kota dengan populasi pemilih muda aktif, seperti Medan, Binjai, dan Pematang Siantar, selama periode Januari hingga Maret 2025.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis peran media sosial Instagram dalam mempengaruhi pilihan politik pemilih muda pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024**

Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang paling berpengaruh dalam membentuk opini politik pemilih muda, terutama dalam konteks Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024. Dengan semakin meningkatnya ketergantungan generasi muda terhadap media sosial dalam memperoleh informasi, Instagram kini tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sumber utama dalam mencari informasi politik (Kurniawati, 2023; Nur Wardhani, 2018). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih muda secara aktif menggunakan Instagram untuk mengetahui informasi tentang kandidat dan partai politik. Mereka tidak lagi bergantung pada media konvensional, seperti televisi atau surat kabar, melainkan lebih memilih mendapatkan informasi dalam format visual, seperti infografis, video pendek, dan story Instagram yang lebih menarik dan mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi digital yang menyatakan

bahwa media berbasis visual lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang memiliki keterbatasan waktu dan perhatian (Levine, 2021).

Selain menjadi sumber informasi, Instagram juga memainkan peran penting dalam meningkatkan interaksi antara pemilih muda dengan konten politik. Tidak seperti media tradisional yang hanya menyampaikan informasi secara satu arah, Instagram memungkinkan komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih muda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih muda tidak hanya mengonsumsi konten politik, tetapi juga aktif dalam memberikan tanggapan, berkomentar, membagikan unggahan, dan berpartisipasi dalam diskusi politik yang terjadi di Instagram. Dengan adanya fitur interaktif seperti komentar, like, dan direct message, pemilih muda dapat menyampaikan aspirasi dan pertanyaan mereka secara langsung kepada kandidat atau tim kampanye. Menurut teori komunikasi politik, keterlibatan aktif dalam diskusi politik dapat meningkatkan partisipasi pemilih dan memperkuat keyakinan mereka terhadap suatu kandidat atau partai politik ("The Role of Social Media in Political Polarization," 2020). Oleh karena itu, kehadiran Instagram sebagai media interaktif semakin memperkuat peran media sosial dalam mempengaruhi pilihan politik pemilih muda.

Salah satu aspek yang membuat Instagram menjadi alat kampanye politik yang efektif adalah kemampuannya dalam menyampaikan pesan melalui visualisasi. Dalam penelitian ini, pemilih muda lebih tertarik dengan konten politik yang memiliki elemen visual yang kuat, seperti meme politik, video singkat, dan infografis yang menarik. Konten yang dikemas secara kreatif tidak hanya memudahkan pemilih muda untuk memahami pesan politik, tetapi juga dapat membangun keterikatan emosional dengan kandidat. Dalam dunia politik, emosi memiliki pengaruh besar dalam membentuk keputusan pemilih (Friedman, 2016). Pemilih muda yang merasa memiliki keterkaitan emosional dengan kandidat tertentu lebih cenderung untuk memberikan dukungan mereka dalam pemilu. Oleh karena itu, kandidat dan partai politik yang mampu memanfaatkan elemen visual secara optimal di Instagram memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati pemilih muda dan mempengaruhi pilihan politik mereka.

Namun, penggunaan Instagram dalam kampanye politik juga membawa tantangan, terutama terkait dengan fenomena polarisasi dan "echo chamber." Hasil penelitian ini menemukan bahwa banyak pemilih muda cenderung hanya mengikuti akun atau konten politik yang sesuai dengan pandangan mereka, sehingga mereka terjebak dalam ruang informasi yang memperkuat opini mereka sendiri tanpa mempertimbangkan perspektif lain. Hal ini menyebabkan polarisasi politik yang semakin tajam di kalangan pemilih muda, yang sering kali hanya mendapatkan informasi yang memperkuat keyakinan politik mereka tanpa adanya diskusi dengan pihak yang memiliki pandangan berbeda. Sunstein (2001) menyatakan bahwa media sosial dapat memperburuk polarisasi karena algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang serupa dengan preferensi pengguna sebelumnya. Dengan demikian, pemilih muda lebih sulit untuk menerima sudut pandang yang berbeda, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi objektivitas mereka dalam membuat keputusan politik.

### **Analisis Pengaruh Konten Instagram Terhadap Preferensi Politik Pemilih Muda**

Konten yang diproduksi dan disebar di Instagram memiliki pengaruh besar terhadap preferensi politik pemilih muda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih muda lebih tertarik pada konten yang dikemas secara visual dan menarik, seperti video kampanye, meme politik, dan infografis yang informatif. Konten yang menarik dan mudah dicerna lebih efektif dalam memengaruhi persepsi dan sikap politik pemilih muda dibandingkan dengan teks panjang yang bersifat informatif. Oleh karena itu, kandidat dan partai politik yang mampu menghadirkan konten

yang engaging dan relevan dengan isu-isu yang penting bagi pemilih muda memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan simpati dan dukungan mereka.

Selain faktor visualisasi, penelitian ini juga menemukan bahwa aktivis politik dan organisasi muda memainkan peran kunci dalam penyebaran konten politik di Instagram. Mereka tidak hanya memproduksi konten politik, tetapi juga mendorong pemilih muda untuk terlibat dalam diskusi dan kampanye politik melalui ajakan langsung, penggunaan hashtag, dan berbagi konten yang viral. Keberadaan aktivis dan organisasi muda di Instagram berperan sebagai jembatan antara kandidat dan pemilih muda, serta membantu meningkatkan kesadaran mereka terhadap isu-isu politik yang relevan. Menurut teori komunikasi politik, aktivis dan influencer politik memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terhubung dengan dunia digital (Shirky, 2008). Dengan demikian, keterlibatan aktivis politik di Instagram dapat memperkuat keterlibatan pemilih muda dalam pemilu dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap kebijakan yang ditawarkan oleh kandidat.

Namun, dampak konten Instagram terhadap preferensi politik pemilih muda juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti keberadaan disinformasi dan kampanye negatif. Salah satu tantangan utama dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik adalah penyebaran berita palsu dan hoaks yang dapat mempengaruhi opini publik secara negatif. Dalam penelitian ini, beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka pernah menemukan informasi politik yang tidak akurat atau menyesatkan di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Instagram menjadi sumber informasi yang populer bagi pemilih muda, tidak semua informasi yang disebar melalui platform ini dapat dipercaya. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi digital untuk meningkatkan literasi politik pemilih muda, sehingga mereka dapat lebih kritis dalam menyaring informasi yang mereka terima.

Dalam konteks kampanye politik di masa depan, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi praktis. Pertama, kandidat dan partai politik perlu lebih aktif dalam menggunakan Instagram sebagai alat kampanye, dengan fokus pada produksi konten visual yang menarik dan informatif. Kedua, perlu ada upaya untuk menciptakan ruang diskusi yang lebih sehat dan terbuka di Instagram, sehingga polarisasi politik dapat diminimalkan. Ketiga, aktivis politik dan organisasi muda perlu terus berperan dalam mengedukasi pemilih muda mengenai isu-isu politik yang relevan dengan cara yang lebih kreatif dan mudah dipahami. Dengan strategi yang tepat, Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda serta membantu mereka membuat keputusan yang lebih cerdas dan berbasis informasi dalam Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan politik pemilih muda pada Pemilu Gubernur Sumatera Utara 2024. Platform ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi politik, tetapi juga sebagai media interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih. Pemilih muda menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap konten politik yang bersifat visual, interaktif, dan emosional, seperti video pendek, infografis, dan live session. Hal ini membuktikan bahwa strategi kampanye digital yang efektif harus disesuaikan dengan karakteristik generasi muda yang terbiasa dengan media cepat dan dinamis. Selain itu, keberadaan fitur-fitur Instagram yang mendukung interaksi, seperti komentar dan direct message, meningkatkan keterlibatan pemilih muda dan memperkuat hubungan mereka dengan kandidat.

Namun, efektivitas Instagram dalam mempengaruhi preferensi politik pemilih muda juga dihadapkan pada tantangan serius, seperti penyebaran hoaks, kampanye negatif, serta polarisasi

akibat algoritma media sosial. Pemilih muda cenderung terjebak dalam ruang gema (echo chamber) yang memperkuat pandangan politik mereka tanpa mempertimbangkan perspektif lain. Oleh karena itu, literasi digital menjadi kunci penting dalam memastikan bahwa informasi yang dikonsumsi oleh pemilih muda bersifat akurat, kredibel, dan membangun. Penelitian ini merekomendasikan agar kandidat dan tim kampanye memaksimalkan potensi Instagram dengan memproduksi konten yang informatif dan etis, serta mendorong partisipasi aktif yang sehat dalam ruang publik digital. Dengan pendekatan yang tepat, Instagram dapat menjadi jembatan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan kualitas demokrasi di kalangan pemilih muda.

## REFERENSI

- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Budiardjo, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik di Indonesia. In *Jurnal Komunikasi Politik* (Vol. 12, Issue 3). Penerbit Media Komunikasi.
- Friedman, J. (2016). The Nature and Origins of Mass Opinion Reconsidered. In *The Nature and Origins of Mass Opinion Reconsidered*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.4324/9781315766683>
- Hidayat, R. (2021). Dampak Interaksi Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Pemilih Muda. *Jurnal Sosial Media Dan Politik*, 8(1), 45–58.
- Indonesia, L. S. (2020). *Pemilih Muda dan Media Sosial: Membangun Partisipasi Politik di Era Digital*. LSI.
- Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika*, 3, 199–212.
- Kurniawan, A. (2018). Instagram sebagai Alat Kampanye Politik pada Pemilu 2019. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 40–51.
- Kurniawati, D. (2023). Analisis Framing ANALISIS FRAMING CURI START KAMPANYE ANIES BASWEDAN SEBAGAI CALON PRESIDEN 2024 DI MEDIA DETIK. COM. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 5(1), 1147–1181.
- Levine, M. (2021). The Power of Digital Communication in Political Campaigns. *Journal of Digital Politics*, 5(3), 245–257.
- Nugroho, Y. (2019). Instagram dalam Kampanye Politik: Studi Kasus Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 89–105.
- Nur Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jupii.v10i1.8407>
- Pratama, R. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Pilihan Politik Pemilih Muda di Pemilu. *Jurnal Komunikasi Politik*, 17(1), 1–15.
- Rosdiana, A. C., & Suryaningtyas, A. A. (2024). Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Audiens*, 5(1), 77–90. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.336>
- Shirky, C. (2008). Here comes everybody: the power of organizing without organizations. In *Choice Reviews Online* (Vol. 46, Issue 02). Penguin Press. <https://doi.org/10.5860/choice.46-1205>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
- The Role of Social Media in Political Polarization. (2020). *Journal of Political Communication*, 8(4), 321–340.
- Vitak, J. (2011). Online Political Participation: Exploring the Role of Social Media in Political Participation. *Journal of Social Media Studies*, 2(1), 22–35.
- Wright, S., & Street, J. (2007). Democracy, deliberation and design: The case of online discussion forums. *New Media and Society*, 9(5), 849–869. <https://doi.org/10.1177/1461444807081230>
- Zúñiga, H. G. (2017). Social Media Use for Political Participation: An Analysis of the Political Information Environment in the Digital Age. *Journal of Communication*, 67(3), 229–248.