

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang menganut sistem pemerintahan demokrasi. Sarbaini (2014) menjelaskan bahwa prinsip mendasar dari negara demokrasi adalah adanya kedaulatan rakyat. Wujud dari kedaulatan rakyat, yaitu adanya hak bagi warga negara dalam menyampaikan pendapat dan berpartisipasi dalam kegiatan politik, salah satu di antaranya adalah partisipasi dalam pemilihan umum. Pemilihan umum (Pemilu) menjadi lambang dan tolak ukur dari negara demokrasi yang sesuai dengan prinsip kedaulatan rakyat yang dianut dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945. Oleh karena itu, pemilihan umum merupakan salah satu bentuk partisipasi politik yang menjadi perhatian utama dalam penyelenggaraan negara demokrasi.

Dengan keterlibatan warga negara dalam berpartisipasi di pemilihan umum menunjukkan adanya peningkatan diskusi bersama keluarga dan teman terkait minat, opini, nilai, dan keyakinan mengenai isu politik atau sosial (Salado et al., 2024). Hal tersebut dapat menandai bahwa pemilihan umum presiden menjadi partisipasi yang paling ramai di dibicarakan oleh seluruh warga negara di Indonesia karena statusnya sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan. Maka dari itu, partisipasi pemilih pada pemilu presiden jauh lebih banyak menimbulkan perdebatan tentang kandidat yang paling baik untuk dipilih sebagai presiden dan wakil presiden dalam memimpin negara di masa depan.

Ada sejumlah faktor yang memengaruhi pemilih dalam menentukan pilihan kandidat presidennya, di antaranya faktor orientasi kesamaan ideologi (Interian & Rodrigues, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Lutz et al (2018) juga menunjukkan bahwa faktor kesamaan ideologi yang dimiliki antara pemilih dan kandidat menjalin kepentingan hubungan yang kuat, dimana kepentingan tersebut dapat berupa dukungan publik atau *endorsement* dan kepentingan kelompok pemilih tertentu. Sama halnya dengan orientasi ideologi terhadap isu, Penelitian oleh Peacock et al (2021) juga menunjukkan bahwa pemilih akan mendukung kandidat sesuai dengan kesamaan isu yang diangkat, sebagaimana yang ditunjukkan dalam penelitian tersebut bahwa kandidat progresif (sejenis ideologi) lebih banyak didukung karena kedekatannya dengan isu kesehatan dan perubahan iklim

Aspek lain yang dipertimbangkan pemilih dalam menentukan pilihan yaitu latar belakang seperti pendidikan kandidat. Latar pendidikan yang dimiliki presiden dan wakil presiden dianggap penting untuk dapat memimpin suatu negara karena dibutuhkan pemimpin yang kompeten, berkualitas, dan dapat dipercaya. Penelitian yang dilakukan oleh Madeloso et al. (2023) menunjukkan bahwa pendidikan yang dimiliki kandidat dianggap lebih penting daripada berlatar belakang anggota keluarga yang terkenal. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kandidat yang bergelar sarjana lebih dianggap jujur dan dapat dipercaya untuk menjadi presiden dan wakil presiden.

Walaupun ada sejumlah faktor yang memengaruhi keputusan pemilih dalam menentukan kandidat pilihannya, pengaruh media sosial telah menjadi isu yang menarik. Media sosial saat ini telah digunakan sebagai media kampanye. Hal ini tidak hanya

terlihat pada konteks pemilihan umum di Indonesia, tetapi juga pada negara-negara lainnya. Abdine et al. (2022) mengungkapkan bahwa media sosial pertama kali digunakan sebagai alat kampanye sejak pemilu presiden Amerika Serikat tahun 2008, untuk pertama kalinya kampanye dilakukan di Facebook atau Twitter, dan sejak itu para kandidat dan partai lainnya mulai aktif menggunakan internet untuk berinteraksi dan menyebarkan ide-ide mereka melalui media sosial.

Trend penggunaan media sosial untuk dukungan dan kampanye telah menjadi sebuah alat yang selalu digunakan dalam pemilu. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa negara-negara di Eropa telah massif menggunakan media sosial sebagai kampanye, yaitu Prancis pada pemilu 2022 menggunakan Twitter (Abdine et al, 2022), Spanyol pada pemilu 2016 menggunakan Facebook (Zurutuza-Muñoz & Lilleker, 2018), Inggris pada tahun 2015 dan 2017 menggunakan Twitter (Bright et al, 2020), dan Amerika pada pemilu 2016 dan 2020 menggunakan Twitter (Enli, 2017; Murdani et al., 2022). Selain itu, negara-negara di Asia juga menggunakan media sosial terfavorit di negaranya untuk berkampanye online seperti Jepang menggunakan Twitter, Korea Selatan menggunakan Facebook, Twitter, dan Naver, Tiongkok menggunakan WeChat, Hong Kong menggunakan Facebook, Mongolia menggunakan Facebook dan Twitter (Zhang, 2019), Taiwan menggunakan Facebook dan Line di pemilu 2016 (C.-Y. Chen & Chang, 2019), Malaysia menggunakan Facebook, Philipina menggunakan Facebook dan Twitter (Regaro, 2023; Tapsell, 2021), dan Indonesia dengan Facebook dan Twitter (Damayanti et al., 2021; Tapsell, 2021).

Media sosial telah berkontribusi besar menjadi salah satu wadah yang menjembatani pemilih untuk lebih dekat dengan kandidat melalui kampanye online dan menjadi tempat bagi kandidat untuk mendapatkan banyak popularitas. Penelitian yang dilakukan oleh Antoniades dan Mohr (2019) menyimpulkan bahwa kemampuan kandidat dalam memimpin dan memberikan inovasi melalui media sosial berpengaruh terhadap popularitas serta dukungan dari masyarakat. Studi tersebut juga didukung oleh temuan Antoniades (2020) bahwa media sosial dan masyarakat memiliki hubungan yang kuat sebagai perspektif pemilih. Temuan oleh Kenski et al. (2022) juga mendukung bahwa penggunaan media sosial selama masa kampanye menunjukkan visibilitas di platform seperti Twitter, Facebook, dan Youtube dapat berkontribusi dalam mencapai kemenangan dan dukungan terhadap kandidat.

Uraian di atas telah menunjukkan peran media sosial sebagai media kampanye. Namun, di sisi lain, dinamika kampanye di media sosial juga dapat menimbulkan sejumlah permasalahan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Weeks et al (2019) menunjukkan bahwa mengikuti aktifitas politisi di media sosial dapat meningkatkan kemarahan kepada kandidat yang tidak didukung dan meningkatkan antusiasme terhadap kandidat yang didukung. Hasil penelitian yang dilakukan Prinz (2021) juga menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang yang lebih leluasa untuk menyampaikan ujaran kebencian. Ujaran kebencian yang disampaikan sering kali berupa ungkapan, humor, dan karikatur sebagai ejekan atau hinaan kepada kelompok lain seperti antipati, kemarahan, atau ketakutan terhadap kelompok lain. Penelitian tersebut juga didukung oleh temuan Grover et al (2019) bahwa berdiskusi di media sosial seperti Twitter dapat

menyebabkan perpecahan kelompok yang signifikan di antara pemilih karena adanya pendapat dari berbagai sudut pandang.

Pemilihan umum presiden dan wakil presiden di Indonesia tidak luput dari adanya ujaran kebencian di media sosial. Penelitian oleh Iswatiningsih et al. (2019) mengungkapkan bahwa selama diskusi pemilihan presiden Indonesia 2019-2024 masyarakat terbelah menjadi dua kubu dan para pendukung kandidat menggunakan media sosial untuk memberikan dukungan sekaligus menyerang dan menjatuhkan lawan kandidat. Penelitian tersebut juga didukung oleh temuan Yustitia et al. (2019) bahwa perpecahan kelompok pada pemilihan presiden di tahun 2014 masih terus berlanjut bahkan setelah pemilu selesai dan semakin terlihat pada pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Perpecahan tersebut berbentuk ujaran kebencian yang diberikan kepada salah satu kandidat, penyerangan terhadap kelompok agama, dan isu-isu hoaks yang menyerang kelompok keagamaan dan politik.

Kondisi yang telah diuraikan di atas menunjukkan bahwa ujaran kebencian, dan ketidaksukaan kelompok menjadi sebuah masalah sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Stukal et al. (2022) menjelaskan bahwa ungkapan kebencian terhadap kelompok sosial tertentu seperti etnis, agama, ideologi politik menjadi indikasi dari perpecahan kelompok atau yang disebut sebagai polarisasi. Temuan yang dilakukan oleh Sirait (2020) juga mengungkapkan bahwa pada pemilihan umum 2014 terjadi polarisasi di masyarakat yang ditandai dengan penolakan menghadiri pemakaman pemilih kandidat yang berbeda, diskriminasi terhadap kelompok lain di pelayanan publik, dan peningkatan skor polarisasi politik dari sedang menjadi cukup tinggi dengan nilai 0,5 menjadi 1 pada tahun 2018-2019.

Menurut Bliuc et al. (2021), bahwa polarisasi merupakan proses intra-kelompok yang melibatkan kelompok menjadi lebih ekstrem setelah berdiskusi, ditandai dengan posisi anggota kelompok menjadi lebih ekstrem dari sebelumnya. Kelompok yang bertentangan disebabkan dari konsep ideologi politik yang berbeda, sebagaimana ideologi disebut sebagai keyakinan terhadap tatanan sosial di masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Smith et al. (2024) juga mengungkapkan bahwa polarisasi terjadi ketika dua atau lebih kelompok berbeda menjadi semakin ekstrem atau partisan dalam interaksi satu sama lain. Polarisasi ini disebut juga sebagai polarisasi politik atau *Intergroup polarization*, dimana kelompok tersebut memiliki perasaan atau sikap yang semakin negatif terhadap kelompok luar dan perbedaan posisi berdasarkan dukungan terhadap kebijakan atau isu politik.

Di sisi lain, pada penelitian yang dilakukan oleh McCoy et al (2018) menjelaskan bahwa polarisasi politik yang parah dapat membahayakan stabilitas sosial, kohesi sosial, sulitnya kompromi dan toleransi antar kelompok. Studi lainnya juga mengungkapkan bahwa dampak terburuk dari polarisasi dapat menyebabkan radikalisme (Bliuc et al., 2024). Berdasarkan laporan yang diungkapkan oleh *The Global Risks Report 2023* juga menunjukkan bahwa polarisasi politik telah menjadi isu krisis sosial di dunia. Krisis tersebut disebabkan karena rusaknya hubungan dan harmoni sosial, dimana salah satu peningkatan polarisasi politik terjadi pada saat pemilu (World Economic Forum, 2023).

Polarisasi dapat menimbulkan masalah psikososial yang memengaruhi kesehatan mental masyarakatnya. Penelitian yang dilakukan oleh Yousafzai (2022) menjelaskan

bahwa polarisasi politik dapat merusak hubungan sosial yang menyebabkan renggangnya hubungan pertemanan dan ketegangan dalam keluarga. Penelitian tersebut juga mengidentifikasi politik sebagai sumber stres utama bagi orang dewasa di Amerika dan dampak negatif dialami oleh sekitar 60% generasi muda di Pakistan yang lebih rentan pada polarisasi politik dan beban gangguan mental. Polarisasi tersebut dapat menyebabkan gangguan mental seperti kecemasan, depresi bahkan tingkah laku bunuh diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Fraser et al (2023) menunjukkan bahwa hampir 40% orang Amerika merasa stres dan hampir 20% kehilangan tidur karena efek ketegangan sosial dan merasa lelah dengan berita politik. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa pemilu dapat menyebabkan trauma dan gejala PTSD pada sebagian besar pemilih akibat perasaan negatif yang kuat terhadap pihak berlawanan. Hasil lain dari penelitian tersebut, bahwa polarisasi afektif dengan PTSD masih tetap kuat walaupun telah dikontrol oleh berbagai faktor lain seperti partisipasi politik, demografi, psikologi, dan kemenangan kandidat. Masalah tersebut membutuhkan perhatian terhadap dampak jangka panjang akibat dari polarisasi dan dinamika pemilihan umum pada kesehatan mental masyarakat.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh landoli et al. (2021) mengungkapkan bahwa polarisasi kelompok terjadi di dunia nyata dan media sosial, tetapi media sosial memiliki perbedaan yang tidak terdapat di dunia nyata. Polarisasi di dunia nyata terbentuk secara internal dalam suatu kelompok, sedangkan polarisasi di media sosial terbentuk melalui internalisasi kelompok maupun proses eksternal dari debat dan argumen melawan kelompok lain. Polarisasi di media sosial lebih kuat dikarenakan interaksi yang bersifat anonim dan tidak terkendali sehingga memudahkan penyebaran pendapat ekstrem tanpa aturan debat yang jelas. Hasil temuan oleh Feldman et al. (2023) juga mengungkapkan bahwa penggunaan emosi di dunia nyata lebih terkontrol karena adanya norma sosial sedangkan di media sosial terjadi kemarahan dan ketidaksukaan yang lebih ekstrem dan radikal.

Berdasarkan fenomena tersebut, Kurnia & Savirani (2020) menjelaskan bahwa penelitian big data lebih efisien dan efektif untuk mengeksplorasi fenomena atau isu yang terjadi di media sosial. Hal tersebut berdasar pada kelebihanannya dalam pengambilan data yang berjumlah besar di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh landoli et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa penelitian big data telah banyak digunakan pada banyak kasus media sosial, dimana salah satunya komentar positif dan negatif di media sosial. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian berbasis *big data* tentang polarisasi politik di media sosial melalui sebuah tinjauan psikologis pada pemilihan presiden Indonesia 2024.

1.2 Rumusan Penelitian

Rumusan masalah ini adalah bagaimana gambaran tentang polarisasi politik di media sosial melalui sebuah tinjauan psikologis pada pemilihan presiden Indonesia 2024?

1.3 Signifikansi dan keunikan penelitian

Beberapa penelitian yang telah dilakukan diluar negeri dan dalam negeri telah menunjukkan hasil yang kuat bahwa polarisasi disebabkan oleh adanya diskusi kelompok yang terpecah belah akibat adanya isu dan afeksi (Grover et al., 2019; Prinz,

2021; Weeks et al., 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Bekafigo et al. (2019) mengungkapkan bahwa polarisasi terjadi di saat individu memiliki rasa ketidaksukaan yang kuat terhadap kandidat pasangan yang tidak disukai setelah melakukan diskusi secara langsung dengan menggunakan metode *focus group discussion* (FGD).

Di satu sisi, temuan penelitian yang dilakukan landoli et al. (2021) dan Feldman et al. (2023) menunjukkan bahwa polarisasi di media sosial seperti twitter memiliki informasi atau perspektif baru yang tidak dapat tersampaikan melalui dunia nyata. Penelitian ini pun ingin melakukan pendekatan kualitatif terhadap sentiment analisis pada komentar di media sosial untuk mendapatkan gambaran polarisasi politik di media sosial selama periode pemilihan umum presiden dan wakil presiden Indonesia pada tahun 2024.

Pada umumnya polarisasi politik telah diteliti menggunakan analisis sentimen dari berbagai macam perspektif seperti komunikasi, manajemen dan ilmu administrasi (Akmal et al, 2022) serta sistem informasi (Saputra et al, 2022). Di sisi lain, Cole et al (2023) menjelaskan bahwa pendekatan psikologi sosial terhadap polarisasi politik penting untuk dapat memahami pengaruh proses psikologis individu maupun kelompok. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat lebih jauh tentang bagaimana sentimen itu mengarah pada polarisasi atau dengan kata lain lebih ingin mengeksplorasi aspek psikososial dari sentimen yang mengarah pada polarisasi politik.

Beberapa penelitian dalam negeri telah melakukan analisis sentimen terhadap satu jenis *platform* media sosial (Akmal et al., 2022; Saputra et al., 2022). Namun, terdapat perbedaan karakteristik pemilih pada *platform* sosial media selama pemilu karena setiap *platform* memiliki karakteristik pengguna masing-masing (Weeks et al., 2019). Selain itu, kampanye online sangat erat digunakan pada media sosial yang populer di negara tersebut (Antoniades & Mohr, 2019; Kenski et al, 2022; Zhang, 2019). Maka penelitian ini, ingin mendapatkan gambaran dari satu atau dua *platform* media sosial di Indonesia sebagai pembandingan untuk dapat melihat lebih jelas gambaran polarisasi yang ada selama pemilu presiden dan wakil presiden di Indonesia tahun 2024. Selain itu, akan dilakukan pada dua fase, dimana fase pertama atau pra pemilihan suara, yaitu debat terakhir capres dan cawapres. Untuk fase kedua atau pasca pemilihan suara, yakni pengumuman pemenang pasangan calon terpilih oleh Komisi Pemilihan Umum.

Adapun kedua media sosial yang digunakan yaitu, Twitter atau yang sekarang disebut sebagai X dan Youtube. Platform berikutnya, yaitu X yang merupakan media sosial berbasis teks singkat yang paling populer digunakan di Indonesia. Hal ini menjadikan X sebagai media yang umum digunakan melakukan scrapping atau penelitian (Bona et al., 2024). X sebagai media teks pendek dalam tweet lebih mudah dikategorikan dan dianalisis untuk menemukan pola komunikasi dalam polarisasi sosial dan politik (Korakakis et al., 2017). Adapaun temuan yang menyatakan bahwa X dengan data terstruktur sering dilakukan analisis untuk menemukan trend maupun pola sosial (Urman, 2019). Di satu sisi, Twitter memiliki API atau Application Programming Interface (API) terbuka sehingga memudahkan dan menerima peneliti yang ingin melakukan penelitian di platform tersebut.

Sedangkan, platform Youtube merupakan media sosial audiovisual, dimana fitur tersebut bisa memberikan ungkapan emosional spontan yang terkandung dalam komentar. Youtube komentar di YouTube lebih panjang dan argumentatif dibandingkan

tweet, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam (Sören et al., 2022). Adapaun Youtube sebagai media dengan audiovisual memiliki berperan yang besar pada perilaku selama pemilu (Gkounas, 2023). Di sisi lain, keunggulan Youtube selain berbasis audiovisual juga memiliki aksesibilitas berbasis teks (Jang, 2011)

1.4 Maksud, Tujuan, dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Maksud penelitian

Berdasarkan maksud penelitian, penelitian ini diadakan dengan maksud untuk mengeksplorasi tentang tentang polarisasi politik di media sosial melalui sebuah tinjauan psikologis pada pemilihan presiden indonesia 2024

1.4.2 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran tentang polarisasi politik di media sosial melalui sebuah tinjauan psikologis pada pemilihan presiden indonesia 2024.

1.4.3 Manfaat penelitian

1.4.3.1 Manfaat teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pengembangan keilmuan psikologi sosial. Terutama pada topik pembelahan sosial dan polarisasi politik. Topik ini sangat kontekstual di Indonesia sehingga penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai pembelahan sosial atau polarisasi yang terbentuk akibat pemilu presiden di Indonesia tahun 2024.

1.4.3.2 Manfaat praktis

1. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan mampu membawa pendekatan ilmiah psikologi sosial untuk berkontribusi kepada penentu kebijakan-kebijakan yang ada, sebagai landasan atau upaya dalam menanggulangi resiko konflik yang dapat terjadi di masyarakat akibat pemilu atau hal lain yang serupa. Harapannya pemerintah mampu mengadakan dialog antara ilmuwan, pembuat kebijakan, dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan dampak buruk polarisasi politik dan meredam gejolak psikososial yang ditimbulkannya.
2. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi khalayak umum tentang polarisasi yang mampu menciptakan konflik di antara lapisan masyarakat atau masyarakat dengan sadar dapat ikut aktif dalam kegiatan yang meningkatkan kesadaran akan dampak buruk polarisasi dan menjaga kerukunan bermasyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan pustaka

2.1.1 Polarisasi

2.1.1.1 Definisi Polarisasi

Berdasarkan penjelasan oleh Esteban (1994) pada teori Marxian bahwa polarisasi diungkapkan pertama kali sebagai pengelompokan kasta sosial ke dalam beberapa kelompok, dengan homogenitas intra-kelompok yang substansial dan heterogenitas antar-kelompok semakin jelas dibedakan satu sama lain dalam hal kekuasaan dan kekayaan. Konsep pengelompokan yang juga di ungkapkan oleh Chakravarty (2015) bahwa ketika individu membedakan diri sendiri dalam satu atau lebih karakteristik sosial yang memecah populasi menjadi beberapa sub-kelompok, disebut sebagai polarisasi sosial. Berdasarkan konsepnya salah satu bentuk dari polarisasi sosial yaitu, polarisasi politik yang berarti keadaan ketika pandangan politik masyarakat berpindah dari posisi ideologi ke pandangan yang berlawanan tanpa kompromi.

Seiring berkembangnya dinamika karakteristik maupun permasalahan kelompok sosial, Smith et al. (2024) merekonseptualisasi konsep polarisasi sebagai dua atau lebih kelompok berbeda menjadi semakin ekstrem atau partisan dalam interaksi satu sama lain. Polarisasi *intergroup* sering disebut sebagai polarisasi politik, dimana kelompok tersebut memiliki perasaan atau sikap yang semakin negatif terhadap kelompok luar dan perbedaan posisi berdasarkan dukungan terhadap kebijakan atau isu politik.

Konsep polarisasi yang dikemukakan oleh Smith et al. (2024) mengungkapkan polarisasi politik sebagai proses diskusi dan interaksi sosial antar kelompok yang memiliki pandangan serupa terkait perubahan sosial. Melalui komunikasi internal ataupun eksternal, pandangan kelompok menjadi semakin ekstrem dan terinternalisasi membentuk identitas sosial baru. Pembentukan identitas tersebut membentuk kelompok sosial yang baru sebagai pendukung atau penentang terhadap suatu pandangan tertentu. Menurutnya semakin kelompok berlawanan secara ekstrem dan semakin terpisah melalui diskusi, maka akan semakin terpolarisasi. Polarisasi tersebut menjadi pondasi psikologis dalam melakukan mobilisasi aksi kolektif oleh kelompok baik dalam bentuk gerakan sosial maupun konflik antarkelompok.

2.1.1.2 Jenis-jenis Polarisasi

Konsep polarisasi yang diungkapkan oleh Smith et al. (2024) menjelaskan polarisasi menjadi enam proses, yaitu:

1. Polarisasi kelompok (*group polarization*)

Kondisi ketika anggota kelompok berdiskusi secara internal dan cenderung mengemukakan pandangan yang lebih ekstrem dibanding pandangan individu mereka semula. Hal ini karena adanya pengaruh mayoritas dan homogenitas pandangan di dalam kelompok.

2. Polarisasi antarkelompok (*intergroup/political polarization*)

Timbulnya perbedaan pandangan yang semakin melebar antara dua kelompok atau lebih akibat interaksi publik dan persepsi negatif antar kelompok. Perbedaan ini mencakup isu-isu ideologi, politik, agenda sosial, ekonomi, agama dan lainnya.

3. Polarisasi isu (*issue-based polarization*)

Terdapat perbedaan pandangan terhadap suatu isu publik tertentu antara kelompok pendukung dan penentang. Perbedaan dapat semakin tajam dan meningkat secara ekstrem seiring waktu.

4. Polarisasi afektif (*affective polarization*)

Adanya rasa curiga, antipati, dan kebencian secara luas di masyarakat antara kelompok pendukung yang berlawanan. Perasaan negatif tersebut menjadi semakin kuat dan meluas lantaran paparan informasi negatif antar kelompok.

5. Ko-radikalisasi (*co-radicalization*)

Proses saling mempengaruhi tingkat radikalisme ideologi atau pandangan antara dua kelompok atau lebih melalui interaksi seperti provokasi atau ancaman yang secara terus-menerus dan mempertegas perbedaan pandangan secara ekstrim.

Selain itu, Polarisasi politik dapat dibedakan menjadi dua jenis utama (Bliuc et al., 2021), yaitu:

1. Polarisasi isu (*issue based driven*)

Perpecahan atau pengelompokan dalam masyarakat yang terbentuk berdasarkan posisi yang berbeda pada masalah sosial atau isu-isu kebijakan tertentu. Posisi masyarakat cenderung mengelompok di sekitar dua pendapat yang berbeda secara tajam mengenai suatu masalah, seperti kebijakan lingkungan, peraturan sosial, atau politik.

2. Polarisasi afektif

Perpecahan emosional antara kelompok yang berlawanan yang ditandai saat anggota kelompok tidak hanya mendukung kelompok mereka sendiri tetapi juga sangat tidak menyukai dan tidak mempercayai kelompok lawan. Polarisasi afektif melibatkan peningkatan perasaan permusuhan dan ketidakpercayaan terhadap kelompok lain. Polarisasi afektif mampu diukur dari perasaan kepada kelompok lain (*rating* afektif), mendeskripsikan karakter kelompok lain (*rating* karakter), mengukur kenyamanan individu berinteraksi dengan teman dekat yang berasal dari kelompok bersebrangan (jarak sosial).

2.1.1.3 Faktor-Faktor Polarisasi

Wilson et al. (2020) menjelaskan bahwa polarisasi politik di dorong dari faktor yang berasal dari proses tingkatan individu dan kelompok, sebagai berikut:

1. *Individual-Level Polarization: ideology*

Ideologi merupakan sebuah keyakinan individu tentang tatanan sosial dan peran pemerintah dalam Masyarakat. Ideologi dinilai sebagai alasan motivasi individu untuk dapat memperburuk polarisasi, karena ada pandangan tersendiri tentang kebijakan tertentu terhadap suatu isu yang ada. Individu meyakini bahwa suatu isu perlu di kelola atau di selesaikan dengan solusi sesuai dengan keyakinannya. Orientasi ideologi pada umumnya berbentuk kiri dan kanan, atau liberal dan konservatif.

Ideologi sebagai keyakinan individu memengaruhi dan membentuk, individu untuk bersikap atau landasan kognitif terhadap suatu masalah. Perbedaan cara

berpikir kelompok konservatif dan liberal mampu memberikan perbedaan pendapat dalam tingkat kebutuhan kognisi, pembenaran sistem, dan kepercayaan pada pemerintahan. Hal tersebut yang menjadi landasan motivasi perdebatan cara pandang terhadap suatu resiko atau ancaman. Perbedaan cara pandang tersebut terhadap suatu isu menjadi penyebab individu tidak menyetujui cara penyelesaian masalah, dimana individu akan menyangkal solusi yang diberikan.

2. Group-Level Polarization: social identity

Identitas sosial merupakan bentuk dari keanggotaan dalam partai politik atau afiliasi terhadap suatu kelompok sosial tertentu. Identitas sosial terdiri dari keanggotaan dalam kelompok sosial, dan orang-orang mengadopsi nilai-nilai dan perilaku kelompok untuk mempertahankan rasa kepemilikan. Kebutuhan untuk memiliki adalah salah satu kebutuhan psikologis utama yang menjadi dorongan untuk mencari dan mempertahankan keanggotaan kelompok dengan sangat kuat. Teori identitas sosial dan teori kategorisasi diri menggambarkan dorongan psikologis untuk mempertahankan keanggotaan di dalam kelompok. Identitas sosial membawa orang termotivasi untuk bertindak sesuai dengan keyakinan dan tujuan kelompok.

Kebutuhan kelompok sosial membuat individu untuk memanfaatkan tatanan sosial yang telah ada ataupun sebaliknya agar sesuai dengan keyakinan dan tujuan kelompoknya. Identitas sosial menjadikan anggota kelompok untuk memandang bahwa sistem atau tatanan sosial lebih sesuai dengan kelompoknya. Pembenaran sistem dan kelompok sosial tersebut adalah faktor utama partisipan politik dalam peningkatan polarisasi sosial.

Pengaruh polarisasi politik yang diungkapkan oleh Wilson et al. (2020) bahwa setidaknya ada tiga faktor yang memengaruhi polarisasi, yaitu elit politik, media partisan, dan dinamika media sosial. Beberapa faktor-faktor tersebut, yaitu :

1. Perdebatan elit politik

Perdebatan elit politik sering kali terjadi saat kampanye. Perdebatan tersebut pada umumnya akan menggunakan taktik kampanye yang kasar dan penuh kebencian untuk mendemonisasi lawan dan memicu kemarahan serta pemusuhan antara para pemilih. Aktivitas tersebut tidak disukai oleh sebagian besar pemilih, namun memiliki keuntungan dalam meningkatkan loyalitas afiliasi partai dengan sangat efektif. Ketidakpercayaan dan kemarahan terhadap lawan menjadi motivasi untuk bersikap dan bertindak politik yang lebih besar dari kesukaan atau kesetiaan terhadap afiliasi partai sendiri.

2. Media Partisan

Media partisan memiliki peran utama dalam memicu dan memperkuat polarisasi di masyarakat karena munculnya banyak sumber berita online yang memiliki kecenderungan terhadap politik tertentu dan menyebabkan bias lebih banyak. Media di era digitalisasi tidak lagi berusaha netral, melainkan cenderung menggunakan konten yang menonjol. Konten tersebut berpusat pada perhatian yang eksrim, polarisasi, atau kontroversial untuk menarik pembaca. *Outrage Industry* (industri kemarahan) salah satu model media partisipan secara

selektif memperkuat dan menyoroti insiden ekstrim yang menggambarkan lawan dalam perspektif yang sangat negatif. Jenis partisipan tersebut berperan penting dalam memperburuk kesalahpahaman dan memperkuat bias partisipasi

3. Dinamika media sosial

Media sosial memiliki desain atau bentuk ekosistem untuk memperkuat keyakinan dan bias yang telah ada sebelumnya. Konten yang bersifat emosional, moral, dan polarisasi lebih mungkin untuk menyebar luas di platform media sosial dan memperkuat pandangan ekstrim, meskipun pandangan tersebut mungkin hanya dimiliki oleh sebagian kecil kelompok politik. Dinamika penggunaan media sosial terjadi saat platform media cenderung mengamplifikasi konten yang dapat menimbulkan polarisasi dan bersifat ekstrem seperti *retweet*, tagar atau *hashtag*, *share* atau memposting ulang. Konten tersebut membawa kesan masyarakat terhadap lawan politik dipengaruhi oleh konten yang menonjol atau viral. Selain itu, media sosial menciptakan ruang gema (*echo chambers*) yang membuat pemilih membatasi informasi pada pandangan pemilih yang hanya sejenis saja.

2.1.2 Teori Identitas Sosial dalam Menjelaskan Polarisasi

2.1.2.1 Teori Identitas sosial

Tajfel (1981) mengungkapkan teori identitas sosial sebagai kesadaran individu bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok sosial tertentu dan membawa hubungan emosional dan nilai-nilai yang penting baginya dari keanggotaan kelompok sosial tersebut. Individu akan mengelompokkan dirinya sendiri ke dalam kategori-kategori sosial, seperti suku, agama, gender, atau pekerjaan. Kategorisasi diri (*Self Categorization*) ini langkah awal dari proses individu mulai melihat dirinya sebagai bagian dari kelompok (*ingroup*) yang berbeda dari kelompok lain (*outgroup*).

Individu yang mengkategorisasikan dirinya ke dalam suatu kelompok sosial akan mengidentifikasi pengetahuan keanggotaan kelompok menjadi bagian dari konsep diri individu dan nilai emosional yang terkait dengan keanggotaan tersebut. Proses identifikasi diri tersebut disebut sebagai identitas sosial, dimana identitas sosial memberikan rasa kepemilikan dan kebanggaan terhadap kelompok tertentu yang menjadi bagian dari konsep diri individu. Konsep diri terhadap kelompok membantu individu memahami posisi diri di masyarakat dan memainkan peran penting dalam membentuk pandangan diri dan perilaku diri terhadap orang lain, atau dapat dikatakan semakin penting kelompok sosial bagi individu maka semakin besar pengaruh kelompok tersebut kepada perilaku dan individu (Tajfel, 1981).

Individu yang telah membentuk identifikasi diri ke dalam suatu kelompok sosial dengan alami akan membandingkan kelompoknya dengan kelompok sosial lainnya. Melalui self-categorization, mereka dengan sendirinya akan melakukan perbandingan sosial (social comparison) yang melibatkan penilaian terhadap kelompoknya sendiri (*ingroup*) dengan kelompok lain (*outgroup*) untuk mengevaluasi posisi dan status kelompoknya. Aspek perbandingan sosial penting dalam identitas sosial, dimana hal tersebut sebagai proses yang membantu individu mengevaluasi status kelompok dan meningkatkan harga dirinya. Individu yang cenderung memandang kelompoknya secara positif akan sering kali merendahkan kelompok lain untuk mempertahankan atau

meningkatkan citra positif tentang diri mereka sering disebut sebagai identitas sosial positif (Tajfel, 1981).

Perbandingan sosial mengarah kepada terjadinya favoritisme kelompok dalam (*ingroup favoritism*) dan diskriminasi kelompok luar (*outgroup discrimination*). Konsep favoritisme merupakan kecenderungan individu untuk memperlakukan anggota kelompok sendiri dengan lebih baik dengan memuji dan membanggakan kelompoknya, sementara diskriminasi terhadap kelompok luar adalah kecenderungan untuk meremehkan atau memperlakukan anggota kelompok lain dengan lebih buruk. Kecenderungan tersebut sering menimbulkan konflik karena adanya bias dan diferensiasi antar kelompok sosial. Perbandingan yang bias dan tanpa pengelolaan kelompok mengarah pada konflik antar kelompok ke dalam persaingan (Tajfel, 1981).

2.1.2.2 Polarisasi Politik dalam Perspektif Teori identitas sosial

Polarisasi politik merupakan pemisahan satu atau kedua kelompok berbeda yang saling terpisah dan di tandai dengan ketidaksetujuan isu dan perasaan ketidaksukaan yang tinggi terhadap kelompok lain (Smith et al., 2024). Berdasarkan perspektif teori identitas sosial, *self-categorization* membawa individu untuk melakukan perbandingan sosial yang melibatkan penilaian terhadap kelompoknya sendiri (*ingroup*) dengan kelompok lain (*outgroup*) sebagai bentuk mengevaluasi posisi dan status kelompoknya. Perbandingan tersebut membuat terjadinya favoritisme terhadap kelompok sendiri (*ingroup favoritism*) dan diskriminasi kelompok luar (*outgroup discrimination*). *Favoritisme* merupakan konsep identitas sosial, dimana kecenderungan individu untuk memperlakukan anggota kelompok sendiri dengan lebih baik dengan memuji dan membanggakan kelompoknya, dan kecenderungan untuk meremehkan atau memperlakukan anggota kelompok lain dengan lebih buruk (Tajfel, 1981).

Perbandingan sosial terjadi agar individu merasa bangga dan dapat melihat kelompoknya lebih baik, kompeten saat kelompok sosialnya lebih unggul sedangkan jika sebaliknya individu akan terancam dan mulai merendahkan kelompok luar atau beralih ke kelompok sosial yang lebih unggul (Tajfel, 1981). Kecenderungan individu untuk menilai kelompoknya lebih positif dibandingkan dengan kelompok lawan mengacu terjadinya Ingroup bias. Peningkatan *bias*, *aktivisme*, dan kemarahan kepada kelompok lain sangat di pengaruhi oleh penilaian perbandingan tersebut, dimana salah satu penyebabnya karena adanya keterikatan emosional dan sosial dengan kelompok atau afiliasi politik tertentu. (Mason, 2015).

2.1.3 Polarisasi Politik pada Konteks Pemilihan Umum

Pemilihan umum merupakan kegiatan memilih orang atau kelompok orang menjadi pemimpin negara atau pemerintahan. Kegiatan tersebut dapat diikuti oleh seluruh Masyarakat yang telah memenuhi kriteria. Pemilihan umum itu sendiri adalah bentuk fasilitas kepada pemilih untuk memilih calon pemimpin (Samsudin dan Yamin, 2020). Kreiss et al. (2020) mengungkapkan bahwa pemilihan umum sebagai bentuk kompetisi dalam menentukan jenis dan kelompok sosial yang akan memimpin suatu negara. Hal tersebut menandai bahwa selama pemilihan umum maka masyarakat yang mengikuti pemilu menjadi rentan terpolarisasi politik.

Polarisasi politik yang diungkapkan oleh Smith et al. (2024) merupakan pembelahan atau pemisahan kelompok yang semakin jauh akibat perbedaan pandangan antar

kelompok. Cain (2020) menjelaskan selama pemilihan umum, pandangan netral atau tengah seseorang menjadi semakin jauh sehingga pengelompokan antar kelompok yang terpisah semakin jelas. Ideologi sebagai bagian dari identitas kelompok memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap perilaku dan memengaruhi identitas sosial individu yang dibentuk melewati afiliasi kelompok. Semakin kuat identitas sosial politik, maka menunjukkan semakin kuat terpolarisasi pandangan di masyarakat. Maka dari itu, Kreiss et al. (2020) mengungkapkan bahwa pemilu lebih didasari oleh kelompok *in-out group* yang sering digunakan memenangkan kandidat akibat pemanfaatan kepemilikan identitas sosial

Perbedaan kelompok atau polarisasi politik selama pemilu cenderung didasari oleh isu-isu atau dengan identitas yang mendalam seperti agama atau etnis (Norris dan Inglehart, 2019). Selain itu, adanya serangan politik secara personal dan kampanye *negatif (black campaign)* memicu peningkatan antipati antar kelompok partisipan dan ujaran atau perasaan negatif terhadap lawan partisipan meningkat dengan tajam (Iyengar dan Westwood, 2015). Cole et al. (2023) juga mengungkapkan polarisasi cenderung didasari dari kelompok ideologi memilih (pandangan dan keyakinan) dan identifikasi diri ke dalam komunitas sosial yang terafiliasi ideologi. Sebagaimana hal tersebut, Kreiss et al. (2020) juga mengungkapkan bahwa pemilu lebih didasari oleh kelompok *in-out group* yang sering digunakan memenangkan kandidat akibat pemanfaatan kepemilikan identitas sosial

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

- : Data Penelitian
- : Fokus Penelitian
- : Proses
- : Pengaruh

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, penelitian ini akan berfokus kepada polarisasi politik selama pemilu presiden Indonesia 2024 di sosial media. Polarisasi politik, dalam hal ini meliputi polarisasi isu dan polarisasi afektif, di media sosial dapat dilihat dari gambaran perbedaan pendapat di komentar platform. Polarisasi politik atau intergroup polarization merupakan seberapa jauh pembagian atau pemisahan kelompok secara ekstrim yang ditandai dengan tingginya emosi negatif dan dehumanisasi pada kelompok lain.

Perbedaan pandangan kelompok pendukung merupakan dinamika dari adanya identifikasi diri ke dalam kelompok sosial. Kemudian perbedaan tersebut mengalami bias selama berdiskusi di media sosial. Hal tersebut menyebabkan adanya perdebatan yang menimbulkan tingginya *in*-toleran dan agresif terhadap kelompok lain. Bias tersebut disebabkan dari adanya pengaruh yang kuat dari identitas sosial partisan yang didorong oleh ideologi dan afiliasi kelompok sosialnya sebagai pemicu perdebatan. Maka dari itu, data yang digunakan pada penelitian ini yaitu komentar-komentar selama berdiskusi di media sosial pada pemilu presiden 2024.