

## Literasi Digital: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Politik Dalam Pemilu 2024

### *Digital Literacy: Utilizing Social Media as a Medium for Political Education in the 2024 Election*

Al Sukri<sup>\*a</sup>, Hamsal Kamar<sup>b</sup>, Dafrizal Samsudin<sup>c</sup>, Tessa Shasrini<sup>d</sup>,  
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Universitas Islam Riau<sup>a</sup>  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau<sup>b</sup>  
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Universitas Islam Riau<sup>c,d</sup>  
alsukri\_jn@comm.uir.ac.id<sup>a</sup>, hamsal@eco.uir.ac.id<sup>b</sup>, tessahasrini@comm.uir.ac.id<sup>c</sup>  
dafrizal@comm.uir.ac.id<sup>d</sup>

Disubmit : 02 Juni 2024, Diterima : 27 Juli 2024, Dipublikasi : 28 Juli 2024

#### **Abstract**

*Current advances in information and communication technology (ICT) encourage an abundant flow of information. Information today is not only controlled by the main mass media such as newspapers, magazines, television, radio, online mass media (news portals), but is also controlled by social media. Therefore, the presence of ICT like this must be utilized as well as possible to create an informative society, including in elections. One of the media for political education can be done through social media. Social media is one media that can be used as a medium for political education, but first it is also necessary to build a media-literate society. Digital media literacy with political education is very strong, because a lot of information on social media platforms is in the form of false, untrue (hoax) information, information that is manipulated in such a way as to serve individual or group interests. The aim of Community Service (PKM) is to increase public media literacy, utilize social media as a source of political information to increase political participation in the 2024 election, create a positive democratic climate. The results of this service are that people are able to use social media as a medium for political information, people participate in distributing and producing positive information related to elections, public participation in elections increases.*

**Keywords:** Media Literacy, Social Media, Political Education, 2024 Election.

#### **Abstrak**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini mendorong arus informasi yang melimpah. Informasi saat ini tidak hanya dikendalikan oleh media massa utama seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, media massa online (portal berita) semata, tetapi juga dikendalikan oleh media sosial. Oleh karenanya kehadiran TIK seperti ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan masyarakat yang informatif, termasuk juga dalam pemilu. Media pendidikan politik salah satunya dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial merupakan salah satu media yang dapat dijadikan media pendidikan politik, namun sebelumnya perlu juga membangun masyarakat yang melek media. Melek media digital dengan pendidikan politik sangat kuat, karena banyak sekali informasi di platform media sosial berupa informasi keliru, tidak benar (hoak), informasi yang dimanipulasi sedemikian rupa untuk kepentingan individu atau kelompok. Tujuan dari Pengabdian masyarakat (PKM) untuk meningkatkan literasi media masyarakat, memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi politik guna meningkatkan partisipasi politik pemilu 2024, terciptanya iklim demokrasi yang positif. Hasil pengabdian ini yaitu masyarakat mampu menggunakan media sosial sebagai media informasi politik, masyarakat berpartisipasi mendistribusikan, memproduksi informasi yang positif terkait pemilu, partisipasi masyarakat pada pemilu meningkat.

**Kata Kunci:** Literasi Media, Media Sosial, Pendidikan Politik, Pemilu 2024.

## 1. Pendahuluan

Sebagai salah satu negara demokrasi terbesar di dunia, pentingnya Indonesia menjaga Pemilihan Umum (Pemilu) yang demokratis. Keberhasilan Pemilu yang demokratis dapat dilihat dari bagaimana partisipasi politik masyarakat dalam pemilu yang dilaksanakan. Pemilu pertama kali dilaksanakan pada tahun 1955 untuk pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan pemilihan Dewan Konstituente dengan sistem multi partai atau sama seperti Pemilu di Indonesia saat ini yang diikuti oleh banyak partai politik. Sistem multi partai ini berlangsung hingga pemilu tahun 1971. Selanjutnya, pada pemilu 1977 sampai pada Pemilu 1997 Pemilu di Indonesia hanya diikuti oleh tiga peserta, yaitu Golongan Karya (Golkar), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Demokrasi Indonesia (PDI).

Setelah terjadi reformasi politik pada tahun 1998 yang ditandai berakhirnya era Orde Baru, pada tahun 1999 Indonesia melaksanakan Pemilu melalui sistem multi partai, seperti pada masa awal Pemilu dilaksanakan dengan peserta multipartai tahun 1955. Pemilu 2024 hingga saat ini terjadi perubahan Pemilu di mana tidak hanya memilih anggota DPR dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Dewan perwakilan Daerah (DPD) tetapi juga bersamaan dengan pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung.

Sistem pemilu seperti ini sangat penting memberikan pendidikan politik kepada masyarakat, bagaimana masyarakat memahami pemilu sebagaimana seharusnya. Pemilu ialah proses politik yang mesti dilaksanakan pada setiap negara demokrasi dengan melibatkan masyarakat atau warga negara untuk mendapatkan kebijakan umum (*public policy*) (Budiardho, 2010).

Keterlibatan (partisipasi politik) warga negara di dalam pemilu biasanya menjadi salah satu faktor untuk melihat tingkat demokrasi pada sebuah negara. Partisipasi politik dapat dipahami sebagai keterlibatan individu ataupun sekelompok orang ikut aktif terlibat dalam pemilihan pemimpin negara dan, secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah dan salah satu bentuk partisipasi politik adalah ikut dalam pemilu (Budiardho, 2010).

Untuk kasus di Indonesia dalam beberapa pelaksanaan pemilu menunjukkan partisipasi politik masyarakat tinggi, misalnya pada pemilu 2014 partisipasi pemilih legislatif 75,10 persen dan di pemilihan presiden 69,58 persen, pemilu legislatif 2019 partisipasi politik naik mencapai 81 persen Angka (Rois, n.d.).

Sebagai warga negara dalam negara demokrasi, pentingnya memberikan pendidikan politik kepada masyarakat agar masyarakat sebagai warga negara ikut terlibat aktif dalam politik termasuk pemilu sehingga sistem demokrasi berjalan sesuai ruh demokrasi itu sendiri sebab partisipasi politik juga akan memperlihatkan bahwa kedaulatan berada ditangan rakyat.

Upaya mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam politik bisa disebut sebagai upaya persuasi politik, yaitu upaya mengubah sikap dan perilaku orang (warga negara) dengan menggunakan kata-kata lisan atau tertulis atau menanamkan opini baru dan usaha yang sadar untuk mengubah sikap, kepercayaan, mengubah perilaku orang melalui tranmisi pesan (Nimmo, 1999).

Pendidikan politik merupakan aktivitas yang bertujuan membentuk nilai-nilai moral serta orientasi politik individu. Melalui pendidikan politik akan mendorong masyarakat untuk terlibat dan berpartisipasi sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab dalam perpolitikan negara (Kantaprawira, 2006). Sedangkan Kartono (dalam....) menyebutkan dua tujuan pendidikan politik penting untuk

dilakukan: (1) Pendidikan politik Membuat masyarakat memahami situasi sosial politik, masyarakat menjadi berani memberikan kritikan yang membangun terhadap kondisi masyarakat; aktifitasnya diarahkan pada proses demokrasi sejati; dan sanggup memperjuangkan kepentingan serta ideologi tertentu, khususnya yang berkorelasi dengan keamanan dan kesejahteraan hidup bersama. (2) Memperhatikan peranan insani dari tiap-tiap individu sebagai warganegara, mengembangkan semua bakat dan kemampuannya (pengetahuan, wawasan, sikap, ketrampilan dan lain-lain), agar ia dapat aktif berpartisipasi dalam proses politik demi pembangunan bangsa dan negaranya (Handoyo & Lestari, 2017).

Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 36 Tahun 2010 Tentang Pedoman Fasilitasi penyelenggaraan Pendidikan Politik, bahwa pendidikan politik adalah proses pembelajaran dan pemahaman tentang hak, kewajiban, dan tanggung jawab setiap warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Permendagri Nomor 36, 2010).

Media pendidikan politik dalam upaya mempersuasi tersebut dapat dilakukan melalui banyak cara, seperti melalui komunikasi langsung, misalnya melalui dialog, kampanye terbuka atau melalui komunikasi yang terdiasi oleh perangkat teknologi, seperti media massa, media sosial, spanduk, pamflet, baliho, brosur, buku, blog, email dan lain media lainnya termasuk film, pertunjukan kesenian.

Media sosial dibagi dalam beberapa jenis, yaitu media jejaring sosial (*social networking*), jurnal online (blog), jurnal online sederhana atau microblog (*micro blogging*) media berbagai (*media sharing*), penanda sosial (*social bookmarking*), media konten bersama atau Wiki (Nasrullah, 2015). menurut Boyd, Media sosial adalah kata kunci terbaru dalam garis panjang kata kunci. Ini sering digunakan untuk menggambarkan koleksi perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi, berbagi, dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain (Fuchs, 2014). Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2015), adalah (a) Jaringan (*network*); (b) Informasi (*information*); (c) Arsip (*archive*); (d) Interaksi (*interactivity*); (e) Simulasi sosial (*simulation of society*); (f) Konten oleh pengguna (*user-generated content*).

Pemerintah Indonesia sendiri membuat kebijakan pendidikan politik dapat dilakukan melalui seminar dan lokarkarya; sosialisasi dan diseminasi peraturan perundang-undangan; asistensi, pelatihan, dan bimbingan teknis; pergelaran seni dan budaya; jambore, perkembahan, napak tilas, dan berbagai macam perlombaan seperti pidato, jalan sehat, cerdas tangkas, karya tulis ilmiah, film dokumenter dan cipta lagu (Permendagri, Nomor 36 Tahun 2010).

Media digital, khususnya media sosial merupakan salah satu saluran yang dapat dijadikan media pendidikan politik. Ada beberapa pertimbangan mengapa media sosial, seperti twitter, face book, instagram, Tik Tok dan media sosial lainnya menjadi media pendidikan politik bagi masyarakat; (1) Usia pemilih hari ini di dominasi generasi milenial kebawah. Mereka ini adalah sudah mahir menggunakan teknologi komunikasi informasi, bahkan generasi pada generasi Z mereka adalah generasi yang tidak pernah merasakan dunia tanpa teknologi, artinya mereka yang lahir tahun 1997 hingga sekarang mereka lahir ketika teknologi informasi dan komunikasi sudah berkembang sangat pesat; (2) Karena mereka adalah generasi dengan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi tinggi, mereka cenderung menjadi individu yang suka menghabiskan waktu sendiri dengan perangkat teknologi terutama *smartphone* ditangan mereka. Sehingga, berkomunikasi atau

berinteraksi melalui media digital; dan (3) Meskipun mereka suka menghabiskan waktu sendiri dengan perangkat teknologi, mereka adalah generasi yang memiliki pemikiran terbuka, tingkat percaya diri yang tinggi, mampu atau suka mengekspresikan perasaan diri, memiliki sikap optimis.

Tiga alasan diatas telah membedakan media komunikasi politik, yaitu dalam memberikan pendidikan politik kepada masyarakat dengan generasi di atasnya. Saluran komunikasi politik pada generasi sebelum itu cenderung mengandalkan retorika langsung (komunikasi langsung) seperti diskusi, kampanye lapangan, pertunjukan, saluran pada komunikasi kelompok, seperti majelis taklim dan lainnya. Sedangkan saluran lainnya adalah media surat kabar dan televisi, serta radio tentu saja saluran media sekunder ini terbatas sebab tidak semua orang punya akses terhadap media tersebut.

Masyarakat pemilih hari ini yang terdiri dari generasi milenial kebawah, baik dalam Pemilu, Pilpres dan Pemilihan Kepada Daerah (Pilkada), meski mereka melek teknologi bukan berarti tanpa tantangan. Dunia hari ini adalah dunia dengan media dan informasi yang melimpah. Siapa saja bisa memanfaatkan media, memproduksi konten informasi (termasuk mengedit sesuai kepentingan), membagi informasi kepada siapa pun, dimana saja dan kapan saja.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebagaimana dinukil dari media detik.com menyebutkan pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 pengguna dari 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia atau penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5 persen (Haryanto, 2024). Berdasarkan gender APJII menyebutkan 50,7 persen menggunakan internet tersebut adalah laki-laki, sisanya 49,1 persen adalah perempuan. Data APJII juga merinci Gen Z merupakan generasi kelahiran 1997-2012 pengguna internet terbanyak yaitu 34,40 persen, generasi milenial kelahiran 1981-1996 sebesar 30,62 persen dan Gen X yang kelahiran 1965-1980 sebesar 18,9 persen. Sisanya Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24%.

Disinilah kehadiran media informasi yang melimpah tadi memungkinkan disalah gunakan atau masyarakat tidak tahu informasi yang mereka peroleh di media sosial itu benar atau tidak, ketidak ketahuan ini bisa menyebabkan masalah baru. Penyalah gunaan media informasi cenderung disengaja untuk tujuan tertentu disini kita menyebutkan disinformasi media. Namun ada juga istilah lain, yaitu misinformasi, ini mengarah pada masyarakat yang terpapar informasi, tetapi informasi tersebut tidak dapat dipahami sehingga memungkinkan salah persepsi. Menurut Wardle Misinformasi mengacu pada berbagi informasi yang menyesatkan atau salah namun hal tersebut terjadi secara tidak sadar. Sedangkan disinformasi mengacu pada tindakan sengaja membagikan informasi yang menyesatkan atau salah biasanya ini dilakukan dengan tujuan tertentu, seperti, tujuan untuk mendapatkan keuntungan tertentu, mendapat pengaruh politik dan tujuan lainnya (Zimdars, 2022). Oleh karenanya pentingnya menanamkan atau memperkuat literasi media digital supaya terhindar dari informasi yang sesat. Lain halnya dengan media massa, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, atau portal berita. Karena setiap informasi melalui saluran komunikasi massa ini sudah melalui proses *gatekeeper* wartawan bekerja secara profesional dan tanggung jawab lembaga yang kuat dalam mencari, memproduksi dan menyebarkan informasi.

Literasi media atau melek media dapat dipahami sebagai kemampuan orang dalam mengakses media dan menganalisis isi media baik teks, gambar, video, audio, audio visual dan info grafis. Selain itu melek media juga berhubungan dengan kemampuan orang dalam menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan (Baran, 2012; Baran & Davis, 2015). menurut Metzgenohlswager, konsep literasi melibatkan kemampuan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang tepat untuk membaca serta melakukan interpretasi berbagai teks dan artefak dan kemudian menggunakan keterampilan dan pengetahuan tersebut untuk menghadapi tantangan, konflik, dan krisis (Mrisho & Dominic, 2023).

Dengan kemampuan literasi media digital, maka akan tercipta masyarakat memiliki literasi informasi digital yang baik. Masyarakat yang melek informasi yaitu mereka mampu mengevaluasi setiap sumber informasi apa saja, kesedaran mempertanyakan sumber informasi serta ketika mereka menyebarkan setiap informasi yang mereka diterima mereka mereka mempertimbangkan potensi bias dalam sumber asli dari pada mentransmisikan klaim tanpa kualifikasi (Catts et al., 2008).

Hubungan literasi media digital dengan pendidikan politik sangat kuat, karena banyak sekali informasi di platform media digital khususnya media sosial hari ini berupa informasi keliru, tidak benar (*hoak*), informasi yang dimanipulasi sedemikian rupa untuk kepentingan individu atau kelompok tertentu dan tentu saja tidak dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini senada dengan pandangan Hobbs bahwa apa yang terjadi dengan pesan yang disampaikan oleh media adalah, bahwa pesan-pesan media sudah dikonstruksikan, pesan-pesan media merepresentasikan dunia, pesan-pesa media memiliki tujuan dan konteks ekonomi dan politik serta individu membuat makna terhadap pesan melalui penafsiran (Iriantara, 2009). Meskipun Hobbs ketika memberi pandangan tersebut, terkait dengan media massa umumnya, namun saat ini pandangan tersebut berlaku pada ranah media sosial. Sebab banyak sekali media sosial saat ini tidak hanya dikendalikan oleh individu semata, tetapi juga kelompok. Mereka bekerja menyebarkan informasi untuk memanipulasi opini publik, termasuk informasi terkait dengan pemilu, pilpres atau pilkada.

## 2. Metode

Kegiatan Pengebadian Kepada Masyarakat (PKM) melibatkan mitra Pemerintahan Desa Lubuk Muda dan Tim Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP. PKK) Lubuk Muda, Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Kegiatan Pengabdian dilakukan di Balai Pertemuan Desa Lubuk Muda, Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau pada tanggal 03 November 2023.

Adapun metode pendekatan dan pelaksanaan kegiatan PKM adalah sebagai berikut:

### 1. Perencanaan Kegiatan

Pada tahap ini tim PKM melakukan pendataan pada mitra sampai sejauh mana pemahaman masyarakat tentang literasi media didital dan pendidikan politik menjelang Pemilu 2024.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan.

Tahap ini Tim PKM melakukan sosialisasi tentang Literasi Media Didital sebagai Media Pendidikan Politik dalam Menghadapi Pemilu 2024. metode sosialisasi yang dilakukan adalah, Tahap pertama dimulai dengan sambutan Kepala Desa Lubuk Muda, tahap kedua penyampaian materi yang dibagi dalam 2 sesi. Sesi pertama tentang literasi media didital, sesi kedua tentang materi Waspadai Informasi

Menyesatkan Jelang Pemilu 2024. Tahap ketiga ada diskusi dan tanya jawab dengan masyarakat sasaran PKM.

3. Evaluasi Kegiatan.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui pencapaian tujuan PKM yang dilakukan terhadap sasaran PKM.

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang mengambil tajuk daripada "Pemanfaatan Media Didital Sebagai Media Pendidikan Politik bagi Masyarakat" di Desa Lubuk Muda, Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis telah dilaksanakan pada hari Jum'at 03 November 2023. Kegiatan berlangsung di gedung serbaguna Desa Lubuk Muda dengan peserta terdiri dari kalangan ibu PKK dan masyarakat umum (usia pemilih), perangkat desa dan Kepala Desa Lubuk Muda. Jumlah peserta yang hadir dalam kegiatan ini mencapai 35 orang.

Kegiatan PKM dilaksanakan dengan cara seminar dan diskusi, di mana Tim PKM yang terdiri dari Al Sukri (ketua), Hamsal, Dr. Dafrizal, M.Soc.Sc., Tessa Shsrini, B.Comm., M.Hrd., (anggota) memaparkan materi-materi terkait Literasi media Digital, Ancaman disinformasi di Media Sosial Jelang Pemilu 2024, dan Hak, Kewajiban Masyarakat dalam Pemilu 2024.

Kegiatan ini mendapat sokongan dari Kepala Desa karena tajuk kegiatan yang diberikan sesuai dengan permasalahan kekinian, yakni empat bulan menjelang Pemilu serentak 2024. Pj. Kepala Desa M. Tatang, mengharapkan kerjasama antara kampus dengan Pemerintahan Desa Lubuk Muda dapat dilanjutkan untuk pengembangan Sumber Daya Masyarakat (SDM) menjadi masyarakat yang cerdas, kritis terhadap pembangunan.

Pj. Kepala Desa M. Tatang, menyebutkan kehadiran masuknya jaringan internet ke desa-desa telah membawa dampak positif bagi masyarakat, masyarakat cepat menangkap informasi dan pemerintahn desa juga dimudahkan memberikan informasi tentang perkembangan desa atau informasi penting lainnya. Namun kata M. Tatang, media sosial sebagai media informasi yang banyak dikonsumsi masyarakat juga membawa informasi yang keliru dan negatif. Kelemahannya masyarakat terjebak pada informasi keliru tersebut termasuk isu-isu tentang pemilu 2024.

Masyarakat sasaran PKM, yaitu Afrizal dan M. Yusuf dalam diskusi menyebutkan kerisauan banyak informasi yang tidak pasti tentang pemilu 2024. Afrisal, mengaku tidak tahu informasi mana yang benar dan yang salah sebab banyak informasi yang beredar seperti whatsApps group, dan media sosial. M. Yusuf pula mengaku, bahwa menjelang pemilu banyak fitnah-fitnah berita bohong di media sosial dan dia mengaku bingung menyikapi dan bahkan terjebak dari informasi yang ada di media tersebut. Baik Afrizal, maupun M. Yusuf, mengaku kegiatan PKM yang dilakukan sangat membantu mereka bagaimana memahami informasi-informasi di media sosial.

Gambar pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Lubuk Muda, Siak Kecil, Bengkalis



Dari kiri ke kanan: (1) Pembukaan PKM dengan menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia Raya (2) Pj. Kepala desa Lubuk Muda emberikan sambutan pengarahannya kegiatan PKM.; (3) Narasumber memberikan materi

Evaluasi dari kegiatan PKM yang dilakukan dilakukan pada penilaian kualitatif mulai dari pra kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan hasil kegiatan PKM. Berdasarkan hasil pengamatan partisipatif tim PKM dari Universitas Islam Riau, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan PKM oleh tim PKM dengan bermitra Pemerintahan desa dan TP. PKK Desa Lubuk Muda berjalan sesuai dengan perencanaan kegiatan PKM, seperti kehadiran sasaran PKM mencapai target, pelaksanaan kegiatan berjalan lancar dan tujuan atau target kegiatan PKM tercapai. Adapun target kegiatan ini;

1. Masyarakat mengetahui tentang Pemilu serentak tahun 2024
2. Masyarakat mengetahui tahapan dan proses pemilu 2024
3. Masyarakat menyadari peran nya sebagai pemilih, peserta, dan penyelenggaraan Pemilu sebagai mada diamanatkan dalam undang-undang.
4. Masyarakat mampu bersikap kritis atas setiap informasi terkait isu politik menjelang pemilu 2024 yang diperoleh melalui media sosial.
5. Masyarakat mampu menghindari dan tidak melakukan pensiaran ulang terhadap informasi-informasi yang diragukan kebenarannya.
6. Peserta yang hadir mampu menjadi pelopor penggunaan media digital yang sehat bagi masyarakat, sehingga masyarakat Desa Lubuk Muda menjadi masyarakat yang kritis, informatif terhadap isu-isu politik menjelang pemilu dan mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat dengan cara memberikan informasi politik yang benar, menjadi pemilih (tidak golput) pada pemilu serentak 2024, cerdas memilih calon pemimpin yang berkualitas.

Pendidikan politik yang dilakukan melalui kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi perhatian yang lebih luas lagi dari berbagai pihak. Media sosial merupakan salah satu media yang dapat dijadikan pendidikan politik yang mudah, murah dan akses yang luas kemasyarakat pemilih. Kegiatan PKM Universitas Islam Riau ini kedepannya akan terus ditingkatkan dan menjangkau daerah-daerah lainnya sehingga tercapai masyarakat Riau yang cerdas, melek media dan berpartisipasi dalam politik.

#### 4. Simpulan

Kegiatan PKM Universitas Islam Riau yang mengambil Tajuk Literasi Media Didital: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Politik pada akhirnya bertujuan bagaimana masyarakat memiliki literasi media digital yang baik. Masyarakat diharapkan tidak hanya mampu menggunakan media sosial, tetapi juga mampu mencerna setiap informasi dan menggunakan media sosial dengan bijak, tidak terjebak atau ikut terlibat memproduksi, dan mendistribusikan informasi yang tidak jelas. Hubung kaitnya dengan media sosial sebagai media pendidikan politik adalah media sosial hari ini adalah satu-satunya media informasi yang memiliki akses luas ke masyarakat. Dengan demikian lembaga pemerintah, partai politik, organisasi kemasyarakatan termasuk juga lembaga pendidikan dapat memanfaatkan media sosial ini sebagai media edukasi politik. Sehingga dengan demikian tercipta masyarakat yang informatif, melek politik dan ikut terlibat dalam menjaga nilai-nilai demokrasi dan nilai kebangsaan.

Masyarakat yang melek media sosial juga dapat menjadi benteng memerangi informasi-informasi politik yang salah dan keliru. Lebih dari pada itu adalah masyarakat sasaran PKM Universitas Islam Riau ini diharapkan membagikan pengalaman mereka kemasyarakat yang lebih luas pengetahuan yang diperoleh melalui kegiatan PKM ini tidak terhenti di mereka saja

#### 5. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra PKM Universitas Islam Riau yang itu Pemerintahan Desa dan TP. PKK Desa Lubuk Muda, Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau yang telah memfasilitasi telaksanakannya kegiatan PKM ini. Ucapan terimakasih juga diberikan kepada Direktur Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Riau yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

#### 6. Daftar Pustaka

- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media & Budaya* (Y. S. Hayati, Ed.; Edisi 5). Erlangga.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Massa Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (7th ed.). Cengage Learning.
- Budiardho, M. (2010). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Catts, Ralph, Lau, & Jesus. (2008). *Towards information literacy indicators; 2008*.
- Fuchs, C. (2014). *Social media : a critical introduction*.
- Handoyo, E., & Lestari, P. (2017). *Pendidikan Politik*. Penerbit Pohon Cahaya.
- Haryanto, A. T. (2024, January 31). *APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Detik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Sembiosa Rekatama Media.
- Kantaprawira, R. (2006). *Sistem Politik Indonesia, Suatu Model Pengantar* (Revisi). Sinar Baru Agensindo.
- Mrisho, D. H., & Dominic, N. A. (2023). Media Literacy: Concept, Theoretical Explanation, and its Importance in the Digital Age. *East African Journal of Arts and Social Sciences*, 6(1), 78–85. <https://doi.org/10.37284/eajass.6.1.1087>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Ninik Siti Nurbaya, Ed.).
- Nimmo, D. (1999). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Remaja Rosda Karya.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Tentang Pedoman Fasilitasi Penyelenggaraan Pendidikan Politik Nomor 36 (2010).
- Rois, H. S. (n.d.). *Dibalik Partisipasi Pemilih Pemilu 2019*. Kpu.Go.Id. Retrieved June 25, 2024, from <https://www.kpu.go.id/berita/baca/7729/Persentase-jumlah-pemilih-yang-menggunakan-hak-pilihnya-dari-total-pemilih-terdaftar-pada-Pemilu-2019-sangatlah-tinggi.-Secara-nasional--angka-partisipasi-pemilih-Pemilu-2019-itu-ialah-81-persen>.
- Zimdars, M. (2022). Mis/Disinformation in Social Media. In D. Rosen (Ed.), *The Social Media Debate: Unpacking The Social, Psychological, And Cultural Effects of Social Media* (pp. 120–136). Routledge.