

Persepsi Generasi Milenial Kota Sorong terhadap Isu Politisasi Agama di Media Sosial

Efa Rubawati Syaifuddin¹, Aliza Nur Fitria Munajad², Meilina Puspita Sari³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Sorong, Papua Barat Daya, Indonesia

A B S T R A C T

This research aims to analyze the perspectives of the millennial in Sorong City with regard to the phenomenon of religious politicization on social media during the 2024 electoral period. Through the utilization of a survey methodology and the lens of new media theory, the research seeks to assess the influence of religious politicization on social media platforms on the capacity of millennials to discern and choose election-related information. The investigation took place in Sorong City, situated in Southwest Papua. The outcomes of the study reveal that millennials are presented with a wide array of information on social media, which encompasses the utilization of religious politicization by political figures to secure empathy and votes, especially from young voters who dominate in 2024. Nevertheless, the millennials in Sorong City exhibit the ability to screen this information due to their adeptness in digital literacy, which has been supported by an assortment of digital literacy training sessions organized by community entities or educational establishments. To sum up, in spite of the prevalent religious politicization on social media, a robust level of digital literacy serves as a support to millennials in Sorong.

Keywords: Millennials, Digital Literacy, Social Media, Religious Politicization.

A B S T R A K

Studi ilmiah ini menginvestigasi persepsi generasi milenial di Kota Sorong terhadap isu politisasi agama di media sosial pada pemilu 2024. Metode survei dengan teori *new media* digunakan dalam penelitian ini untuk melihat dampak dari politisasi agama di media sosial terhadap kemampuan para generasi milenial dalam memilih dan memilah informasi terkait pemilu 2024. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survey yang melibatkan generasi milenial yang berdomisili di Kota Sorong, Papua Barat Daya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa generasi tersebut terpapar informasi beragam dari media sosial, tak terkecuali informasi mengenai pemilu 2024. Para politisi menggunakan isu politisasi agama di media sosial untuk mencari simpati dan suara, terutama generasi milenial yang menjadi pemilih terbanyak pada tahun 2024. Namun ditengah gempuran isu politisasi agama pada pemilu 2024, generasi milenial di Kota Sorong mampu melakukan penyaringan informasi tersebut di media sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi digital telah menjadi penangkal paparan negative tersebut. Adapun kemampuan tersebut berasal dari keaktifan sebagian besar responden mengikuti berbagai pelatihan literasi digital yang dilakukan oleh komunitas atau kampus peduli literasi.

Kata Kunci: Generasi Milenial, Literasi Digital, Media Sosial, Politisasi Agama.

Info Artikel: Diterima 16 Oktober 2024, Disetujui 15 November 2024, Dipublikasi Online 10 Desember 2024

MEDKOM (Jurnal Media dan Komunikasi) p-ISSN: 2809-2457; e-ISSN: 2776-3609

DOI: 10.20473/medkom.v5i1.64325

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 international

(CC-BY-NC-SA)



A. PENDAHULUAN

Politisasi agama pada kontestasi politik tahun 2019 meningkatkan politik kebencian, terutama di media *online* (Ronaldo, 2021). Politisasi Agama di media *online*, seperti media seperti politik identitas agama semata telah memicu rasa tidak senang atas agama tertentu. Massifnya praktis tersebut, selain materi atau isi pesan yang sensitif mengenai agama, juga karena media yang digunakan adalah media social yang keberadaannya menjamur di Tengah-tengah Masyarakat kita.

We are Social and Hootsuite pada awal tahun 2021 merilis Laporan Digital Indonesia 2021 mengenai tingginya populasi di negeri ini Dimana telah mencapai 274,9 juta jiwa. Lebih dari separuh total populasi tersebut (170 juta / 61,8 persen) terdeteksi memiliki akun social media yang terbagi kepada *Youtube* (93,8 persen); *WhatsApp* (87,7 persen); *Instagram* (86,6 persen); *Facebook* (85,5 persen), dan *Twitter* (63,6 persen). Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas rakyat negeri ini adalah pengguna media sosial dalam keseharian. Selain kemudahan dalam penggunaannya, dengan internet penyebaran informasi dapat dilakukan secara cepat, luas dan tidak terbatas.

Sayangnya, penggunaan internet yang semakin merebak di kalangan Masyarakat sering tidak berimbang dengan perkembangan kemampuan literasi para pengguna. Akibatnya, tidak sedikit dari mereka yang disesatkan oleh infomrasi yang tidak dapat diajmin keakuratannya. Hal ini membuat Indonesia berada pada posisi ke 70 dalam peringkat negara yang terliterasi (Mardjianto, 2022). Dapat dipahami bahwa banyak warga Indonesia yang mudah terprovokasi dengan politisasi agama, *hoax* serta ujaran kebencian di media sosial, karena tidak memiliki literasi digital yang baik. Selain itu, pesan yang disampaikan secara tidak langsung mempengaruhi emosi, mendorong perasaan superioritas, kemarahan atau ketakutan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Inggried Dwi Wedhaswary (dalam Mardjianto, 2022) bahwa penyebaran *hoax*, politisasi agama, dan ujaran kebencian seringkali menysasar atau mempermainkan emosi orang lain. Hal ini mendorong orang-orang menekan tombol suka, mengomentari, atau bahkan turut menyebarkan unggahan tersebut.. Lebih lanjut data dalam *First Draft* (2022) menunjukkan bahwa konsep psikologi yang membuat orang mudah terpapar politisasi agama, *hoax* dan ujaran kebencian dikarenakan beberapa hal, diantaranya, karena rendahnya kemampuan analisis terhadap unggahan yang tiba-tiba muncul di layar gawainya. Para pengguna cenderung menelan mentah-mentah informasi yang muncul tanpa memferivikasi validitasnya.

Selanjutnya adalah kecenderungan untuk melakukan penilaian cepat. Massifnya informasi yang diterima secara *online* setiap hari, jam bahkan detiknya, mengurangi motivasi orang-orang untuk menganalisis informasi sehingga mengarah pada misinterpretasi berita. . Kondisi yang lebih parah sering ditemui pada infomrasi dengan konteks keyakinan atau agama. Bias informasi inilah

yang menjadi celah munculnya politisasi agama. Kefanatikan terhadap kepercayaan masing-masing membuat penganut sangat sensitive terhadap hal yang menegasikan apa yang mereka percayai sehingga akan langsung menentangnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Nickerson (2022) bahwa motivasi mempertahankan kepercayaan akan membuat mereka bias dalam merespon informasi yang tidak sesuai dengan yang mereka Yakini.

Rendahnya Upaya untuk memahami sesuatu dari perspektif orang lain memicu keegoisan mempertahankan pendapat pribadi (Mardjianto, 2022). Suatu pandangan mayoritas dalam sebuah masyarakat atau sebuah isu yang didukung oleh kelompok mayoritas adalah sebuah kebenaran, meskipun kenyataannya apa yang diyakini tersebut salah. Begitupula ketika melihat pandangan tertentu adalah pandangan mayoritas, namun pada kenyataannya hal tersebut adalah pandangan kelompok tertentu, namun karena populer atau banyak dibagikan di media sosial, maka diyakini bahwa hal tersebut adalah pandangan dari mayoritas masyarakat Indonesia. Dalam banyak kasus, pandangan masyarakat Indonesia di dunia maya, media sosial salah satunya dapat mengubah kebijakan atau justru membuat sebuah kebijakan baru dalam pemerintahan.

Hal ini menunjukkan pengaruh media sosial dalam kehidupan kebangsaan dewasa ini. Politisasi agama yang terjadi hampir dalam setiap pergelaran pemilu di Indonesia menjadi sebuah ajang mencari suara secara *instant*. Dari ciri khas media sosial dan psikologi masyarakat yang mudah terpapar politisasi agama seperti yang telah dijelaskan, ada kelompok tertentu yang sangat rentan dan menjadi obyek sasaran politisasi agama di media sosial. Mereka adalah generasi milenial atau biasa disebut *digital native*, yakni generasi yang tidak mau ribet, ingin serba cepat atau *instant*, dan mempercayai yang viral (Fakhruroji, 2017).

Julukan generasi milenial merujuk pada kondisi mereka yang Dimana sejak lahir telah hidup berdampingan dengan segala kecanggihan teknologi seperti menggunakan internet dalam keseharian, memiliki dan berinteraksi melalui media sosial, hingga banyak persoalan yang mereka pecahkan dengan mengambil sumber dari internet. Mulai dari persoalan personal hingga masalah sosial, mereka mencarinya di mesin pencari, tidak lagi bertanya kepada orang tua, guru maupun ulama, namun lebih mempercayai mesin pencari dan aplikasi.

Sebagaimana dijelaskan oleh Fakhruroji (2017) dalam bukunya Dakwah di Era Media Baru bahwa generasi milenial saat ini, mencari pemecahan masalah keagamaan melalui mesin pencari di internet. Secara fisik keberadaan ustadz atau guru tidak lagi sebagai sumber ilmu atau sebagai konfirmasi atas apa yang ingin mereka ketahui. Mereka lebih nyaman mencari ustadz atau guru spiritual secara *online*. Kekhasan generasi milenial inilah yang kemudian digunakan sekelompok orang untuk memanfaatkan generasi milenial untuk mencari simpati bahkan mendulang suara dalam pemilu. Banyak cara yang dapat dilakukan, salah satu media politik yang murah, mudah dan massif adalah media sosial. Dengan target *audience* yang jelas, banyak, serta luas, media sosial dewasa ini digunakan oleh banyak politisi sebagai media kampanye gratis. Terutama bagi para generasi milenial yang masuk dalam kategori pemilih muda dan pemula.

Pemilih muda disebut menjadi penentu dalam pemilihan umum 2024 dengan jumlah yang diestimasi mendominasi total jumlah pemilih tetap. Data dari Dukcapil Kementerian Dalam Negeri menunjukkan bahwa sebanyak 206,68 juta penduduk tercatat sebagai Penduduk Potensial Pemilih Pemilihan (DP4). Data ini menunjukkan adanya peningkatan pada pemilih pemula. Pemilih pemula yang belum berpengalaman dalam melakukan pesta demokrasi, belum menentukan pilihan, tentu akan menjadi sasaran empuk bagi para politisi untuk mencari dukungan.

Beberapa penelitian relevan yang mendahului penelitian ini adalah, yang pertama, Pradana dkk (2022) yang meneliti “Politisasi Agama dalam Ranah Konflik di Indonesia (Sebuah Tinjauan Kritis)”. Penelitian *kedua*, yang berjudul “Politisasi Agama pada Kampanye Pemenangan Eramas dalam Pilkada Sumatera Utara Tahun 2018” oleh Miftahul Husna Siregar, Muhammad Arif Nasution dan Warijo pada tahun 2022. Penelitian *ketiga* adalah penelitian Siti Faridah dan Jerico Mathias pada tahun 2018 dengan judul “Politisasi Agama Pemecah Keutuhan Bangsa dalam Pemilu”. Perbedaan dan nilai kebaruan dalam penelitian ini adalah peneliti berfokus kepada generasi milenial dan pada penyebaran pesan melalui media sosial, media yang banyak menyebarkan hoax, politisasi agama serta ujaran kebencian.

Lebih lanjut, kebaruan penelitian ini terletak pada investigasi yang dilakukan pada potensi kejadian pemilu 2024 relevansinya dengan keterlibatan media sosial yang disinyalir sebagai media penyebar informasi politisasi agama dengan sangat massif dan target audiencenya adalah para generasi muda. Dalam penelitian ini peneliti juga ingin melihat para generasi muda atau milenial, terkhusus di Kota Sorong Papua Barat Daya dalam melihat politisasi agama di media sosial menjelang pemilu 2024. Dengan berbagai kasus yang terjadi pada pemilu serentak di tahun 2019 dan penyebaran politisasi agama di media sosial saat ini hingga melihat potensinya di tahun pemilu 2024. Apakah para generasi milenial telah belajar banyak dari pergelaran pemilu sebelumnya, ataukah politisasi agama pada 2019 akan terluang di tahun 2024 dan menyasar generasi milenial yang notaben pemilih pemula, atau justru pada pemilu di 2024 mendatang, generasi milenial telah memiliki penangkal politisasi agama di media sosial.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan teknik survey Dimana pengumpulan data menggunakan angket sebagai instrument utama (Marsi Singarimbun dan Sofial Effendi, 2011). Sukmadinata (2011) menyebutkan 3 ciri utama metode tersebut, yakni data informasi dikumpulkan dari kelompok besar orang, tujuannya untuk menggambarkan berbagai aspek serta karakter. Data informasi diperoleh dari pengajuan pertanyaan serta data informasi diperoleh dari sampel bukan populasi.

Menurut Indriastuti (2012), populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang memiliki satu atau beberapa ciri dan karakteristik yang sama. Sedangkan Bungin (2005) mengatakan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian bisa dalam bentuk hewan, manusia, nilai, peristiwa dan sebagainya, sehingga objek tersebut menjadi sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Sorong yang menggunakan media sosial. Ali

dan Lilik (2017) dalam bukunya Milenial Nusantara menjelaskan bahwa generasi milenial atau biasa disebut generasi Y adalah mereka yang lahir antara tahun 1981–2000.

Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus *Slovin* (Hamdi dan Bahrudin, 2014), yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana:

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Jumlah sampel generasi milenial Kota Sorong yang menggunakan media sosial dengan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.377}{1 + 1.377 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.377}{1 + 1.377 (0,01)} \\ &= \frac{1.377}{14,77} \\ &= 93,22 \text{ dibulatkan menjadi } 93. \end{aligned}$$

Peneliti membuat pertanyaan seperti terdapat dalam indikator dari Generasi Milenial, Politisasi Agama dan Media Sosial. Hal ini dilakukan untuk mengetahui persepsi generasi milenial Kota Sorong, Papua Barat Daya. Kategori yang dikumpulkan akan diukur dengan *skala likert*, dimana jawaban diberi nilai 1 sampai 4. *Skala likert* adalah instrument yang umumnya digunakan dalam menerima respon dari para responden terhadap beberapa pernyataan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, data yang diperoleh dari hasil penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan Analisis Tabel Tunggal yang dilakukan dengan membagi variable dalam beberapa kategori. Pembagian kategori berdasarkan frekuensi Tabel Tunggal yang merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari kolom, yakni sejumlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori (Singarimbun, 2015).

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah dengan cara menyusun, mengurutkan data yang diperoleh dengan membagi variable penelitian kedalam sejumlah frekuensi dan presentasi yang kemudian peneliti melakukan analisis dan melakukan interpretasi. Data-data yang dianalisis dan diinterpretasi tersebut diperoleh dari data-data hasil angket dengan

kalimat yang jelas, terperinci serta mudah dipahami. Pengambilan nilai per item pertanyaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus presentasi Sanah Faisal (2013), sebagaimana berikut ini:

$$P = \frac{\sum F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase

$\sum F$ = Jumlah total skor hasil angket

N = Jumlah seluruh responden.

Tabel 1. Klasifikasi Interval Skor Penilaian

No.	Interval Persentase	Kategori
1.	81 – 100	Sangat Memuaskan
2.	61 – 80	Memuaskan
3.	41 – 60	Kurang Memuaskan
4.	21 – 40	Tidak Memuaskan
5.	≤ 20	Sangat Tidak Memuaskan

Sumber: Faisal (2013)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Kota Sorong, ibu kota Provinsi termuda di Indonesia. Kota Sorong awalnya merupakan kecamatan yang dijadikan pusat pemerintahan Kabupaten Sorong. Terjadi perubahan setelah lahirnya Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1996 tanggal 3 Juni 1996 dan menjadi Kota Administratif Sorong. Peneliti melakukan survei terhadap 93 generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya dengan sistem random sampling. Beberapa kriteria sebagai responden yakni: pertama adalah generasi milenial yang tinggal atau menetap setidaknya 6 (enam) bulan di Kota Sorong, Papua Barat Daya. Kedua, memiliki dan aktif bermedia sosial. Ketiga, memahami politisasi agama dan sering mendapatkan informasi terkait politisasi agama di media sosial. Dari ketiga indikator tersebut, peneliti memperoleh 93 responden yang terdiri dari 37 orang berjenis kelamin laki-laki dan 56 orang berjenis kelamin perempuan.

Generasi Milenial dan Media Sosial

Dari hasil angket diperoleh data bahwa dari 93 responden generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya, sebanyak 61,7 persen menggunakan Instagram. Instagram menjadi media sosial yang lebih banyak diakses dibandingkan Facebook, dimana Facebook berada pada urutan kedua dengan pengguna sebanyak 22,7 persen dan media sosial lainnya (*whatsapp*) berada pada urutan ketiga sebesar 7,8 persen. Banyaknya generasi milenial yang menggunakan Instagram bukan tanpa alasan, hal ini karena sifat media Instagram yang lebih berfokus kepada visual dan audio visual. Penggunaan teks hanya sebagai pelengkap penjelasan dari konten yang ditayangkan. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang sangat akrab dengan teknologi internet, salah satunya media sosial yang menawarkan fitur-fitur menarik (Aniyah, 2018). Generasi milenial lebih tertarik

dengan visual dan audio visual, tidak suka membaca teks yang berbelit dan panjang. Selain itu, generasi milenial juga merupakan sebuah generasi yang mudah beradaptasi dengan hal-hal baru.

Generasi Milenial atau dalam bahasa Prensky (2008) disebut sebagai *digital native* merupakan mereka yang sejak lahir sudah terbiasa dengan lingkungan digital. Mereka terbiasa menggunakan pemutar musik digital, membaca buku digital, dan melakukan permainan yang bersifat digital. Berbanding lurus dengan Prensky, Jhon Palfrey dan Urs Gasser (2008) mengidentifikasi bahwa *digital native* adalah mereka yang lahir setelah teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. *Digital native* menjadikan teknologi informasi dan komunikasi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka.

Dapat dipahami bahwa *digital native* bukan sekedar konsep yang menjelaskan generasi yang lahir setelah 1980-an, ketika dunia telah masuk pada era informasi dan media komunikasi yang canggih saja. *Digital native* merupakan konsep yang menjelaskan gaya hidup, budaya, serta pola pikir dalam generasi yang *kompleks*, praktis, serta bersifat teknologis (Fakhruroji, 2017). Mereka lahir pada era informasi, yakni sebuah era yang segala sesuatunya tidak lagi diukur berdasarkan satuan volume atau bentuk fisik, tetapi bersifat digital dalam bentuk santunan bit.

Lebih lanjut Palfrey dan Gasser (2008) menjelaskan bahwa mereka yang masuk dalam generasi *digital native* tumbuh secara berbeda, mereka belajar, menulis, bekerja dan berinteraksi dengan teknologi dan digitalisasi. Percepatan informasi yang terjadi berimplikasi pada perubahan kehidupan sosial-kebudayaan. Bukan hanya isu-isu sosial dan kebudayaan, isu keagamaan dan segala unsurnya menjadi salah satu isu terpenting pada era informasi seperti saat ini. Generasi *digital native* memiliki otoritas atas diri mereka masing-masing dalam mengakses berbagai media. Sebagai bagian dari masyarakat jejaring, *digital native* memperlihatkan pola-pola keagamaan khas yang banyak dipengaruhi teknologi informasi dan komunikasi (Fakhruroji, 2017).

Namun sayangnya, generasi milenial atau *digital native* yang telah terbiasa dengan teknologi ini terkadang tidak melakukan *filter* dalam bergelut dengan media sosial (Askolani dan Ipad, 2020). Mereka umumnya kurang mampu memilah informasi sehingga rentan diterpa politisasi agama, *hoax*, ujaran kebencian dan cenderung mengesampingkan nilai moral dan etika bermedia sosial. Hal ini dibuktikan dari hasil angket mengenai isu politisasi agama di media sosial, para generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya masih banyak yang mudah tersulut emosinya, terutama jika yang dibahas atau dijelek-jelekkkan adalah agama yang dianutnya. Mereka tidak segan untuk berkomentar atau berbalas komentar jika isu yang diangkat “menghina” agama yang dianutnya.

Data ini sejalan dengan teori *new media* yang hadir dan menjadi ruang sosial baru, terutama bagi generasi milenial atau *digital native* (Prensky, 2008). Aspek penting dalam memahami karakter media baru ialah interaktif antara sumber atau yang memproduksi pesan dengan audiens atau mereka yang menerima pesan. Media interaktif dapat memungkinkan pengguna untuk lebih dapat melakukan kontrol terhadap interaksi mereka, namun sebaliknya, juga dapat menjadi bomerang bagi mereka yang tidak dapat melakukan kontrol dalam berinteraksi di internet,

terutama media sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh O'Neil (2008) bahwa disatu sisi kita akan semakin kreatif dan melek media dalam cara berkomunikasi dengan pihak lain, namun disisi lain tidak selalu dapat menghindari resiko yang muncul dari adopsi teknologi semacam ini.

Kehadiran media sosial mampu menggerakkan penggunaannya untuk memberikan reaksi atau berkomentar secara terang-terangan. Keleluasaan ruang ini tidak jarang menciptakan ujaran yang dapat menimbulkan sakit hati atau ketersinggungan antar pengguna baik individu maupun kelompok. Selain itu, media sosial juga memiliki dampak negatif jika berhadapan dengan aspek etika dan moral (Khairunnisa, 2021). Etika dalam proses komunikasi di media sosial sering dianggap tidak penting lagi (Irhamdi, 2018). Realitas dalam dunia digital penggunaan bahasa di media sosial juga sudah tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar (Maulidi, 2016).

Meskipun demikian, generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya sebenarnya sudah memahami dengan baik apa yang dimaksud dengan politisasi agama, dampak dari politisasi agama dan mengapa generasi milenial yang menjadi target utamanya. Hal ini berdasarkan hasil angket yang dibagikan oleh peneliti, diperoleh data bahwa dari 93 responden, 66,4 persen menyatakan setuju menjelang pemilu tahun 2024 politisasi agama mulai bermunculan di media sosial, diperkuat dengan 21,1 persen yang menyatakan sangat setuju. Kemudian dijelaskan, meskipun generasi milenial di Kota Sorong mudah tersulut emosinya ketika agama yang dianutnya dijelek-jelekkan, namun dalam isu politisasi agama yang lebih umum, misalnya hanya memanfaatkan agama tanpa menghina agama tersebut, mereka lebih mampu untuk menyaring informasi tersebut. Merekapun menyadari bahwa politisi masih banyak yang memanfaatkan isu politisasi agama sebagai bagian dari kampanye terselubung di media sosial.

Mencari Simpati dan Suara melalui Politisasi Agama

Generasi milenial Kota Sorong yang menjadi pemilih muda atau pemula merupakan target utama dalam politisasi agama di media sosial, hal ini dikarenakan pemilih muda atau pemula merupakan pemilih terbanyak di Indonesia. Hal ini sesuai data yang dirilis oleh KPU Republik Indonesia, terdapat 46.800.161 (52 persen) orang dengan kategori generasi milenial dengan kategori pemilih pemula (KPU, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pemilih yang akan menentukan hak pilihnya pada tahun 2024 akan diisi oleh banyak pemilih pemula. Begitupun Kota Sorong, menurut data yang dirilis oleh KPU Kota Sorong, dari 205.507 Daftar Pemilih Tetap (DPT), terdapat 49.196 orang atau 23,94 persen pemilih yang dikategorikan generasi Z, dan 92.731 orang atau 40,26 persen pemilih dengan kategori pemilih milenial. Itu menandakan, bahwa lebih dari 60 persen suara ditentukan oleh pemilih pemula dan pemilih generasi muda (KPU Kota Sorong, 2023).

Menjadikan agama sebagai bahan kampanye di media sosial dengan tujuan meningkatkan elektabilitas atau mendulang suara dari masyarakat atau pemilih milenial merupakan sebuah ancaman tersendiri bagi keutuhan bangsa, yang mana hal demikian akan meronrong rasa persatuan

dan semakin memecah belah masyarakat khususnya bagi mereka yang memiliki sifat fanatisme pada salah satu kandidat atau calon yang akan ikut berkontestasi dalam pemilu 2024. Responden dalam penelitian ini memandang bahwa politisasi agama yang disebarakan melalui media sosial adalah sarana menebar kebencian dan perpecahan antar umat beragama dengan mengatasnamakan ajaran agama.

Dapat dipahami bahwa jika tujuan politisasi agama melalui media sosial adalah untuk mencari simpati dan mendulang suara, terutama generasi milenial, maka hal tersebut tidaklah benar. Dewasa ini, generasi milenial, terkhusus di Kota Sorong, Papua Barat Daya sudah memahami dampak negatif dari politisasi agama di media sosial. Generasi milenial Kota Sorong juga sudah memiliki edukasi yang baik mengenai pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Mereka mampu memilih dan memilah informasi yang dapat dipercaya ataupun dapat disebarakan serta melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap informasi tersebut. Hal ini terjadi karena generasi milenial Kota Sorong, Papua Barat Daya telah dibekali dan memiliki literasi digital yang baik, minimal mereka pernah mengikuti atau mendapat informasi terkait literasi digital, terutama menjelang pemilu tahun 2024.

Literasi Digital Generasi Milenial

Pentingnya pemahaman literasi media digital bagi pemilih pemula yang memberikan hak politiknya pada Pemilu 2024, harus menjadi perhatian dari banyak pihak. Baran (2004) mengungkapkan bahwa pengetahuan literasi media sangat penting dimana individu harus mampu mengonsumsi konten dengan baik dan benar. Mengonsumsi media yang dimaksud bukan hanya soal bisa menghidupkan televisi atau mengklik situs berita, namun bagaimana ia bisa menyaring informasi media yang ada sebagai informasi yang bisa dipergunakan sebagai pengetahuan.

Uzunboylu dalam Wahid, dkk. (2017) juga menegaskan bahwa literasi digital merupakan sebuah pengetahuan dan kemampuan yang mutlak harus dimiliki setiap orang dengan tujuan pengembangan dirinya dan mampu memberikan peran aktif dalam masyarakat yang berbasis teknologi. Kemampuan ini terkait dengan bagaimana seseorang mampu mengoperasikan teknologi tertentu, mengetahui apa dampak dan baik dan buruknya teknologi itu sendiri. Kaitannya dengan pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam hal ini media sosial bagi generasi milenial dalam memperoleh informasi, tentu membuat generasi milenial akan terpapar informasi dari media internet atau media sosial setiap harinya.

Paparan informasi yang sangat beragam dari internet dewasa ini membuat generasi milenial perlu untuk memilih dan memilah informasi yang diterimanya, baik dari segi materi, maupun sumbernya, agar terhindar dari disinformasi. Literasi digital merupakan pengetahuan utama melawan arus disinformasi, oleh sebab itu pemerintah bersama komunitas dan media online melaksanakan peningkatan kapasitas dengan tujuan meningkatkan literasi digital Masyarakat sejak 2021. Pelatihan literasi digital telah mampu meningkatkan indeks literasi digital Masyarakat

yang awalnya 3,49 pada tahun 2021 menjadi 3,55 pada 2022. Skor tersebut termasuk kategori sedang, mengingat skala yang digunakan adalah 1-5.

Meskipun demikian, pemahaman agar terhindar dari disinformasi dan literasi mengenai informasi terutama informasi digital belum memadai. Hal ini sejalan dengan survei tahun 2023 yang dilakukan oleh Jaringan Pegiat Literasi Digital Indonesia (Japelidi) menyatakan bahwa indeks literasi digital dalam konteks politik, untuk generasi muda dengan range usia 17 hingga 21 tahun memiliki skor literasi sedang, yakni sebesar 3,75. Data menunjukkan bahwa banyak dari generasi muda tidak mengikuti atau menjadikan rujukan sumber informasi politik yang terpercaya, salah satunya Komisi Pemilihan Umum (KPU). Kondisi ini membuat para generasi muda menjadi kelompok yang rentan terhadap disinformasi politik, terutama di media sosial saat ini. Dengan demikian, salah satu strategi yang dapat dilakukan sebagai upaya preventif atau bahkan melawan disinformasi politik adalah dengan melakukan cek fakta. Ada beberapa lembaga cek fakta yang rutin melakukan verifikasi kebenaran informasi, seperti Laporan Isu Hoaks (Komifo), situs web cek fakta milik Kompas dan liputan 6, serta berbagai komunitas atau organisasi nirlaba seperti cekfakta.com, Turnbackhoax.id, dan chatbot Kalisamada.

Hal ini berbanding lurus dari hasil angket pada penelitian ini, diketahui bahwa 94,5 persen generasi milenial di Kota Sorong tidak akan mempercayai begitu saja terhadap sebuah postingan di media sosial terkait politisasi agama. Berdasarkan informasi yang mereka ketahui pada pemilu 2019 sebelumnya, marak dan sangat berdampak politisasi agama, maka pada pemilu 2024 mereka lebih berhati-hati dan selektif terhadap informasi terkait politisasi agama di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa mereka telah memiliki literasi digital yang baik, sejalan dengan pendapat Inggried Dwi Wedhaswary (dalam Mardjianto, 2022) yang menyatakan bahwa salah satu indikator seseorang dapat dikatakan memiliki literasi digital yang baik adalah tidak melakukan penilaian secara cepat terhadap sebuah informasi di media sosial, melainkan melakukan cek dan ricek terlebih dahulu mengenai kebenaran dari informasi tersebut.

Peningkatan literasi digital bagi generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya bukan tanpa alasan. Hal ini dikarenakan, banyak diantara para responden telah mengikuti pelatihan atau mengetahui informasi dari berbagai pihak terkait literasi digital. Mahasiswa di IAIN Sorong contohnya, mereka mendapatkan informasi terkait literasi digital dari para dosen yang sebelumnya juga telah mengikuti pelatihan terkait literasi digital bagi akademisi. Para dosen kemudian meneruskan informasi mengenai literasi digital tersebut kepada mahasiswa. Begitupun dengan responden lain yang telah mengetahui dan mendapatkan pemahaman literasi digital dari berbagai komunitas peduli literasi, diantaranya Forum Literasi Sorong Raya, Mafindo Sorong, Tular Nalar Sorong serta media online, salah satunya sorongnews.com yang berupaya melakukan edukasi dan pelatihan kepada generasi milenial Kota Sorong, Papua Barat Daya mengenai literasi digital, terutama menjelang pemilu tahun 2024.

D. PENUTUP

Generasi Milenial di Kota Sorong terpapar informasi melalui media sosial setiap harinya. Banyak dan beragamnya informasi di internet saat ini, menuntut generasi milenial untuk dapat memilih informasi yang diterimanya. Generasi milenial yang merupakan pemilih terbanyak pada pemilu 2024 menjadi sasaran empuk bagi para politisi untuk mencari dukungan. Isu politisasi agama masih menjadi isu menarik dan diangkat oleh para politisi dalam mencari dukungan dan simpati pada pemilu 2024.

Dampak politisasi agama pada tahun 2024 tidak signifikan sebagaimana yang dialami pada tahun 2019. Hal ini dikarenakan generasi milenial di Kota Sorong telah belajar dan memahami akan informasi serta dampak dari politisasi agama di media sosial pada tahun 2019. Berdasarkan informasi dan pengalaman inilah yang membuat mereka lebih hati-hati dalam menerima informasi terkait isu politisasi agama di media sosial. Selain itu, adanya peningkatan literasi digital juga menjadi salah satu faktor generasi milenial di Kota Sorong mampu menjaring informasi diterima, terkhusus isu politisasi agama. Berbagai pelatihan literasi digital yang dilakukan oleh komunitas dan kampus peduli literasi menjadi faktor pendukung meningkatnya literasi digital generasi milenial di Kota Sorong, Papua Barat Daya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. & Lilik P. (2017). *Millenial Nusantara: Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aniyah, N. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2 (2), 222-238.
- Askolani, M. & Ipad P. A. (2020) Penerapan Literasi Media Di Era Digital Pada Generasi Zaman Now. *Communicative: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1 (2), 78-82.
- Baran, S. J. (2004). *Pengantar Komunikassi Masa: Literasi Budaya dan Media*. Jakarta; Salemba Humanika.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- DPT Pemilu 2024 Dalam dan Luar Negeri 204,8 Juta Pemilih*. Jakarta. Diakses 27 November 2023, dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Faridah, S. & Jerico M. (2018). Politisasi Agama Pemecah Keutuhan Bangsa dalam Pemilu. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*. 4 (3).
- First Draft* (t.t.) Diakses 22 Agustus 2023, dari <https://firstdraftnews.org/articles/the-psychology-of-misinformation-why-were-vulnerable/>

- Hamdi, A. S. & Bahrudin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Indriastuti, R. (2012). *Penyajian Data Statistik*. Yogyakarta: PT. Citra Aji Parama.
- Irhamdi, M. (2018). Menghadirkan Etika Komunikasi di Media Sosial (Facebook). *Komunike* 10 (2), 140-159.
- Khairunnisa, N. (2021). Etika Komunikasi Media Sosial Perspektif Alquran. (Skripsi. Universitas Islam negeri Sumatra Utara).
- Laporan Digital Indonesia 2021*. (t.t.) Diakses 19 Agustus 2023, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Magdalena, S. M. (2013). Analisis Disiplin Kerja Guru Honorer SMA Negeri 1 Pontianak. (Skripsi. Universitas Tanjung Pura).
- Mardjianto, FX. L. D. dkk. (2022). *Modul Literasi Digital untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Maulidi, A. (2016). Kesantunan berbahasa pada media jejaring sosial Facebook. *E-Journal Bahasantodea* 3 (4), 42-59.
- O'Neil, S. (2008). *Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction*. London: Springer.
- Palfrey, J. & Urs G. (2008). *Born Digital*. New York: Basic Books.
- Pradana, M. Y. A., dkk. (2022). Politisasi Agama dalam Ranah Konflik di Indonesia (Sebuah Tinjauan Kritis), *SOSIORELIGIUS*, 7(1), 69-82.
- Prensky, M. (2008). *Digital Native, Digital Immigrants*. dikutip dalam *On The Horizon*. West Yorkshire: MCB University Press.
- Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Kota Sorong*. Kota Sorong. Diakses 28 November 2023, dari: @kpukotasorong.
- Ronaldo, R. (2021). Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada Pemilu Presiden Indonesia 2019. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 3 (1), 33-48.
- Singarimbun, M. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pusaka LP3ES Indonesia.
- Singarimbun, M. & Sofian E. (2011). *Metode Penelitian Survei Edisi Revisi*. Jakarta: KP3S.
- Siregar, M. H. dkk. (2022). Politisasi Agama pada Kampanye Pemenanga Eramas dalam Pilkada Sumatera Utara Tahun 2018. *PERSPEKTIF*, 11 (1), 1-7.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wahid, A., dkk. (2017). *Masyarakat serta Teks Media: Membangun Nalar Kritis Masyarakat pada Teks Media*. Malang: UB Press.