



PERAN X DALAM MENCIPTAKAN POLARISASI OPINI PUBLIK PADA PEMILU BRASIL 2022 (STUDI KASUS KAMPANYE JAIR BOLSONARO DAN LULA DA SILVA)

Firyal Rohadatul 'Aisy, Shinta Komal Dewi, Yudi Cahyo Nugroho,

Bagas Bejaji Tazakka, Pia Khoirotun Nisa

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Studi ini menelusuri bagaimana platform media sosial X (dahulu dikenal sebagai Twitter) berperan dalam memperkuat perbedaan pandangan publik selama Pemilihan Presiden Brazil tahun 2022. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan paradigma konstruktivisme, penelitian ini mengaplikasikan teori framing untuk menelaah bagaimana kedua kubu utama, yakni Jair Bolsonaro dan Luiz Inácio Lula da Silva, membentuk serta menyebarkan narasi politik melalui media sosial. Temuan menunjukkan bahwa fitur seperti retweet, hashtag, dan trending topic dimanfaatkan secara terencana untuk membingkai lawan politik secara negatif. Teknik framing menjadi alat dalam membentuk identitas kelompok, memunculkan respons emosional dari pendukung, serta memengaruhi opini publik dengan memanfaatkan meme, video singkat, dan narasi-narasi ideologis yang bersifat polarisatif. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa X tidak sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi politik, tetapi telah menjadi ruang konflik naratif yang memperdalam jurang perbedaan sosial dan politik di masyarakat Brazil.

Kata Kunci: framing, polarisasi, media sosial, pemilu Brazil, X (Twitter).

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, lanskap komunikasi politik telah mengalami transformasi fundamental. Platform media sosial, termasuk X, telah menjadi

arena sentral bagi penyebaran informasi, mobilisasi massa, dan pembentukan opini publik. Kecepatan, jangkauan luas, dan sifat interaktif platform ini memungkinkan aktor politik untuk

*Correspondence Address : rohadatulfiryal14@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i8.2025. 3400-3405

© 2025UM-Tapsel Press

berkomunikasi langsung dengan pemilih, melampaui filter media tradisional. Namun, karakteristik yang sama juga membuka ruang bagi penyebaran misinformasi, disinformasi, dan narasi yang memecah belah, yang berpotensi memperburuk polarisasi dalam masyarakat.

Konteks Pemilihan Presiden Brazil tahun 2022 menyajikan studi kasus yang menarik sekaligus mengkhawatirkan mengenai dampak polarisasi dalam kontestasi politik. Pemilu ini mempertemukan dua tokoh dengan ideologi yang sangat berbeda, yaitu petahana Jair Bolsonaro yang merepresentasikan kubu konservatif dan kanan jauh, melawan mantan presiden Luiz Inácio Lula da Silva dari kubu progresif kiri. Persaingan yang sangat ketat dan sarat akan muatan emosional ini bukan hanya cerminan perbedaan pandangan politik, tetapi juga manifestasi dari perpecahan sosial dan budaya yang telah lama ada di Brazil, dan diperparah selama periode kampanye.

Kerangka hukum pemilu di Brazil, sebagaimana diuraikan dalam Undang-Undang No. 9.504 tertanggal 30 September, mengatur proses pemilihan untuk berbagai jabatan publik. Cakupannya meliputi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, Gubernur dan Wakil Gubernur di tingkat negara bagian serta Distrik Federal, Wali Kota dan Wakil Wali Kota, Senator, anggota Kongres Federal, anggota dewan legislatif negara bagian, anggota dewan distrik, hingga anggota dewan kota. Sejarah penegakan hukum pemilu di negara ini dapat ditelusuri kembali ke tahun 1932 dengan dibentuknya Mahkamah Elektoral (Tribunal Electoral), yang diberi wewenang luas untuk mengawasi seluruh aspek pemilu dan mengatur aktivitas partai politik. (Wenggar, Benedictus, et al. 2024)

Struktur peradilan pemilu Brazil saat ini terdiri dari beberapa tingkatan,

yaitu Mahkamah Pemilihan Tinggi (Superior Electoral Tribunal - TSE), Mahkamah Pemilihan Regional (Regional Electoral Tribunals - TREs), Hakim Pemilu (Electoral Judges), dan Dewan Pemilihan (Electoral Boards). Mahkamah Pemilihan Tinggi berkedudukan di ibu kota federal, sedangkan Mahkamah Pemilihan Regional terdapat di setiap ibu kota negara bagian. Di tingkat lokal, Hakim Pemilu bertugas di wilayah kota (munisipalitas) yang lebih besar, sementara Dewan Pemilihan melayani kota-kota yang lebih kecil.

Kewenangan utama untuk pemilihan tingkat munisipal berada pada Hakim Pemilu. Sementara itu, Mahkamah Pemilihan Regional memegang otoritas primer untuk pemilihan di tingkat negara bagian dan distrik federal, sekaligus bertindak sebagai badan banding atas putusan-putusan dari Hakim Pemilu. Pada tingkat tertinggi, Mahkamah Pemilihan Tinggi memiliki yurisdiksi utama atas pemilihan presiden dan juga berfungsi sebagai pengadilan banding terakhir untuk keputusan yang berasal dari Mahkamah Pemilihan Regional. (Wenggar, Benedictus, et al. 2024)

Dengan demikian, Mahkamah Pemilihan Tinggi (TSE) merupakan lembaga peradilan puncak yang bertanggung jawab penuh atas penyelenggaraan dan manajemen keseluruhan proses pemilu di Brazil. Lembaga ini juga menjadi otoritas tertinggi dalam hal interpretasi dan penerapan legislasi pemilu di seluruh negeri.

Dalam kontestasi elektoral Brazil tahun 2022, platform digital yang kini dikenal sebagai X (dulunya Twitter) memainkan peran krusial sebagai medium utama untuk penyebaran informasi dan pembentukan narasi politik. Kedua kontestan utama, beserta para pendukung mereka, secara masif memanfaatkan platform ini untuk

mengkomunikasikan pesan-pesan kampanye, melancarkan kritik terhadap lawan, serta memobilisasi basis pendukung mereka secara online. Penggunaan fitur-fitur interaktif seperti tagar yang sedang tren, konten viral, dan komunikasi waktu nyata menciptakan lanskap percakapan politik yang sangat aktif, namun pada saat yang sama, rentan terhadap diseminasi konten yang bias dan provokatif dalam skala luas.

Potensi platform X untuk memperparah polarisasi opini publik selama Pemilu Brazil 2022 dapat dipahami melalui beberapa mekanisme kunci. Salah satunya adalah cara kerja algoritma platform yang cenderung memperkuat pandangan pengguna yang sudah ada, menghasilkan apa yang dikenal sebagai "gelembung filter" dan "ruang gema" (echo chambers). Struktur ini membatasi paparan individu terhadap sudut pandang yang berbeda, sehingga kian memperkuat keyakinan partisan mereka. Selain itu, sifat platform yang memungkinkan tingkat anonimitas tertentu dan kecepatan interaksinya sering kali dimanfaatkan untuk memfasilitasi penyebaran disinformasi dan ujaran kebencian yang ditargetkan, yang dirancang secara strategis untuk menciptakan perpecahan dan mendiskreditkan baik lawan politik maupun para simpatisannya.

Meskipun literatur akademik telah banyak mengupas dampak media sosial terhadap proses politik secara umum, masih terdapat kebutuhan signifikan untuk analisis yang lebih mendalam, terutama yang secara spesifik meneliti kontribusi platform X (Twitter) dalam menciptakan polarisasi opini publik pada momen penting Pemilihan Presiden Brazil 2022. Studi kasus yang melibatkan strategi kampanye spesifik Jair Bolsonaro dan Lula da Silva di platform ini menjadi sangat relevan.

Mengingat posisi Brazil yang signifikan dalam dinamika politik Amerika Latin dan arena global, serta

tingkat polarisasi yang sangat nyata selama periode pemilu tersebut, penelitian semacam ini krusial untuk membongkar mekanisme rinci bagaimana platform digital ikut berperan dalam memperdalam perpecahan politik, dan dapat menawarkan wawasan penting serta pelajaran berharga bagi negara-negara demokrasi lain yang menghadapi tantangan polarisasi di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini menekankan bahwa realitas sosial dibangun oleh pengalaman dan interpretasi individu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Cara Kerja X dalam Memperkuat Polarisasi Naratif antara Pendukung Bolsonaro dan Lula.

Dalam pemilu Brazil tahun 2022, media sosial X (dulu Twitter) menjadi sarana utama bagi para aktor politik dan masyarakat untuk menyuarakan opini, menyebarkan narasi, dan mempengaruhi persepsi publik. Namun, alih-alih menjadi ruang deliberatif yang sehat, platform ini justru menjadi arena dominan dalam membangun dan menyebarkan narasi yang terpolarisasi. Untuk memahami dinamika ini, pendekatan Teori Framing digunakan sebagai alat analisis.

Framing adalah proses di mana suatu pesan dikemas dengan cara tertentu untuk menonjolkan aspek spesifik dari realitas guna mempengaruhi pemahaman audiens terhadap suatu isu. (Scheufele, Dietram A. 1999) Robert Entman menjelaskan bahwa framing memiliki empat fungsi utama: mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan solusi. (Entman, Robert M. 1993) Dalam konteks Pemilu Brazil 2022, platform X

memfasilitasi penyebaran framing yang memperkuat polarisasi antara dua kandidat utama: Jair Bolsonaro dan Luiz Inácio Lula da Silva.

Temuan data lapangan melalui wawancara dengan narasumber Annisa Rahma Lila menunjukkan bahwa fitur-fitur di platform X seperti retweet, trending topic, dan hashtag menjadi instrumen utama dalam menyebarkan narasi yang sarat emosi dan bias ideologis.

"Fitur yang memperkuat polarisasi di platform X adalah retweet yang mana

fitur ini mempercepat penyebaran konten provokatif atau emosional... Trending Topics juga memicu isu-isu panas... hashtag seperti #FechadosComBolsonaro atau #ForaBolsonaro digunakan sebagai identitas digital kelompok".(Wawancara dengan Annisa Rahma Lila, 17 April 2025.)

Framing yang dibangun melalui narasi ini bersifat antagonistik. Masing-masing kubu secara aktif membingkai lawan politik dalam bentuk yang negatif, dengan menonjolkan sisi-sisi kontroversial yang memicu emosi publik. Narasumber menjelaskan:

"Kubu Lula membingkai Mahkamah Agung dan media sebagai aktor bias yang 'melawan rakyat'... Sementara kubu Bolsonaro memframing Lula sebagai simbol komunisme dan korupsi. Meme seperti Lula 'boneka China' atau Bolsonaro 'pembunuh COVID' sangat tersebar luas".

Dua pola framing terlihat jelas dalam pernyataan di atas: framing karakter dan framing institusional. Framing karakter dilakukan dengan menggambarkan individu lawan secara negatif, seperti melabeli Lula dengan simbol komunisme yang mengancam demokrasi atau Bolsonaro dengan citra sebagai pemimpin gagal yang menyebabkan krisis kesehatan.

Sedangkan framing institusional tampak dalam upaya mendeligitimasi lembaga-lembaga hukum dan media arus utama.

Framing ini tidak terjadi secara pasif, melainkan direproduksi secara aktif oleh pengguna melalui echo chamber, yaitu ruang digital tempat pengguna hanya terpapar pandangan sehaluan. Interaksi yang terjadi di dalamnya bukan membangun dialog, melainkan memperkuat keyakinan dan mempersempit ruang toleransi terhadap perspektif lain.

"Komentar-balasan pada thread viral sering kali berisi serangan atau dukungan

ekstrem... pengguna hanya berinteraksi dengan yang sepemahaman, mengulang dan memperkuat narasi internal".

Kondisi ini menunjukkan bagaimana framing yang dilakukan oleh elite politik pada awalnya kemudian diadopsi dan diperkuat oleh publik pengguna. Fenomena ini disebut frame resonance, yakni ketika bingkai informasi yang disebarkan sejalan dengan nilai dan pengalaman sosial audiens, sehingga lebih mudah diterima dan dibagikan.(Snow, David A., dan Benford, Robert D. 1998)

Dengan demikian, platform X bukan hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi alat reproduksi ideologi politik melalui framing. Informasi yang tersebar bukan lagi didasarkan pada fakta objektif, melainkan pada narasi yang telah dibingkai untuk membentuk opini publik sesuai kepentingan kelompok tertentu. Proses ini mempercepat polarisasi, memperdalam konflik sosial, dan menghilangkan ruang diskusi rasional dalam demokrasi digital.

Karakteristik Utama Penggunaan X dalam Kampanye Bolsonaro vs. Lula: Temuan Pemilu Brazil 2022.

Media sosial X (dulu Twitter) telah berkembang menjadi medan pertarungan politik yang aktif dan sangat terpolarisasi, terutama pada konteks Pemilu Brasil 2022. Platform ini tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga aktor struktural yang memperkuat narasi-narasi ideologis melalui desain teknologinya, yaitu algoritma berbasis engagement, fitur-fitur interaktif seperti retweet, quote tweet, dan trending topics, serta kultur partisipasi yang tinggi di kalangan pengguna muda.

Cara kerja algoritma X secara aktif mendorong penyebaran konten yang memicu reaksi emosional ekstrem. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, atau antusiasme biasanya mendapatkan lebih banyak visibilitas karena lebih sering dibagikan dan dikomentari oleh pengguna. (Gillespie, T. 2018) Hal ini menciptakan kondisi yang ideal bagi narasi-narasi politik yang bersifat konfrontatif, seperti yang diadopsi oleh tim kampanye Jair Bolsonaro. Kampanye Bolsonaro secara sistematis membangun narasi “perang budaya” melalui simbolisme nasionalis, retorika anti-komunisme, serta penggunaan bentuk komunikasi populer seperti meme, video pendek, dan potongan ceramah yang dibingkai secara heroik.

Hasil wawancara dengan pengamat kampanye digital mengungkap bahwa mobilisasi emosional dalam kampanye Bolsonaro dilakukan secara masif dan terstruktur. Strateginya tidak hanya mencakup penyebaran pesan oleh akun resmi, tetapi juga oleh jaringan akun publik kecil-menengah dan influencer yang tidak secara langsung terafiliasi dengan tim resmi, sehingga menyulitkan pelacakan oleh regulator atau lawan politik. Pesan-pesan yang menyerang lawan secara personal—misalnya dengan mengangkat kembali arsip kasus korupsi yang melibatkan Lula dan PT—

beredar luas tanpa dapat ditelusuri ke sumber utamanya.

Di sisi lain, strategi komunikasi tim Lula lebih fokus pada pendekatan yang mengedepankan solidaritas, kehangatan kolektif, dan nostalgia atas masa pemerintahan sebelumnya. Kampanye ini menargetkan segmen pengguna X yang cenderung progresif, berpendidikan tinggi, dan tinggal di wilayah urban. Mereka lebih responsif terhadap konten yang mengandung nilai inklusivitas, otentisitas, dan harapan sosial, dibandingkan dengan konten agresif atau memecah belah. (Highfield, T. 2016). Pendekatan ini tetap memanfaatkan dinamika viralitas X, tetapi dengan narasi yang lebih membangun, seperti penggunaan budaya populer dan testimoni warga.

Karakteristik demografis pengguna X secara global turut memperkuat efek dari kedua pendekatan ini. Mayoritas pengguna aktif X berusia antara 18–34 tahun dan memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Mereka bukan hanya konsumen, tetapi juga produsen konten (prosumer), dan cenderung berpartisipasi dalam membentuk narasi politik yang sejalan dengan identitas mereka. Dalam konteks ini, keberhasilan narasi—baik dari Bolsonaro maupun Lula—bergantung pada kemampuan tim kampanye dalam menyesuaikan pesan mereka dengan nilai, bahasa, dan gaya komunikasi kelompok target. (Bruns, A., & Highfield, T. 2015).

Selain itu, sifat terdesentralisasi X memungkinkan kedua kandidat memanfaatkan struktur jaringan yang tidak bergantung pada saluran komunikasi resmi. Kampanye digital dilakukan melalui kerja sama dengan influencer, komunitas daring, dan akun-akun grassroots yang membentuk ekosistem digital informal. Ini memperlihatkan bahwa komunikasi politik di era media sosial tidak lagi bergantung pada otoritas pusat, melainkan tersebar dalam bentuk mikro-

jaringan dengan kemampuan viral yang tinggi. (Chadwick, A. 2013).

Secara umum, platform X memperlihatkan bagaimana teknologi digital dapat menjadi katalis bagi polarisasi politik. Penggunaan algoritma berbasis engagement, fitur-fitur yang memperkuat visibilitas narasi populer, serta dinamika partisipasi pengguna yang emosional dan identitas-politik menjadikan X sebagai ruang produksi wacana yang sangat efektif namun juga rentan terhadap manipulasi dan disinformasi.

SIMPULAN

Platform X terbukti tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga aktor aktif dalam memperkuat polarisasi politik. Melalui algoritma dan desain fitur interaktif, X menciptakan lingkungan yang memperkuat narasi ekstrem dan mempersulit terwujudnya dialog lintas pandangan.

Polarisasi yang terjadi bukan hanya akibat perbedaan pandangan politik, tetapi akibat strategi komunikasi yang memanfaatkan emosi, disinformasi, dan desain teknologi media sosial itu sendiri. Proses ini mengancam demokrasi digital yang inklusif dan deliberatif.

DAFTAR PUSTAKA

Scheufele, Dietram A. "Framing as a Theory of Media Effects," *Journal of Communication*, Vol. 49, No. 1 (1999): 103–122.

Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, Vol. , No. 4 (1993): 52.

Snow, David A., dan Benford, Robert D. "Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization," *International Social Movement Research*, Vol. 1 (1988): 197–217.

Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the

hidden decisions that shape social media. Yale University Press.

Bruns, A., & Highfield, T. (2015). Is Habermas on Twitter? Social Media and the Public Sphere. In *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (pp. 56–73).

Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.

Wenggar, Benedictus, et al. "REFORMASI HUKUM: TINJAUAN KRITIS TENTANG PEMBENTUKAN PERADILAN KHUSUS PENYELESAIAN SENGKETA PILKADA." *Journal of Studia Legalia* 5.02 (2024). h. 12