



Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat

Faisal Fadilla Noorikhshan^{1*}, Hilal Ramadhani¹, Budi Chrismanto Sirait¹, Nisa Khoerunisa¹

¹Department of Political Science, Universitas Siliwangi, 46115, Jawa Barat-Indonesia

INFO ARTIKEL

Dikirim: Jul 10, 2022

Diterima: Jul 20, 2023

Dipublikasi: Jul 30, 2023

KATA KUNCI:

Internet; Political Campaigns; Social Media; Society; State.

KORESPONDEN:

Faisal Fadilla Noorikhshan

Department of Political Science,
Universitas Siliwangi

Email:

faisal.fadilla@unsil.ac.id

SITASI CANTUMAN:

Noorikhshan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*. 5(1): 95-109
<https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>



DOI:

<https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>

LISENSI:



Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC- BY-NC-SA 4.0)



ABSTRAK

Abstract The contemporary era in electoral democracy shows political battles that are very competitive, hard, and involve various issues as a tool to gain power. Candidates participating in general elections, be it legislative, presidential or regional head elections, cannot rely solely on conventional political communication channels. This condition calls for a study that explains the internet, social media, and politics as an integral part of contemporary social reality. The purpose of this research is to examine the dynamics of the internet, social media, and politics in the contemporary era in society as an important part of the development of a nation's civilization. This research uses a qualitative approach with a literature study based on the findings of previous research, then constructs it to get an explanation of contemporary realities regarding the internet, social media, and politics. The results of the study show that actors in contemporary political activities need to adopt a new media approach with all of its characteristics, which enable more intensive interaction. Candidates must also realize that new media has weak sides which are not always beneficial in the process of forming their image in the public space. New media is the third generation in political communication, where anyone can be a producer and consumer of information. Patterns of interaction that are reciprocal and personal, although often artificial, are a challenge for candidates in positioning themselves in the midst of various and fast information. Cyber democracy, which facilitates personal and public identities, often undergoes complex role shifts.

Abstrak Era kontemporer dalam demokrasi elektoral menunjukkan pertarungan politik yang sangat kompetitif, keras, dan melibatkan berbagai isu sebagai alat untuk mendapatkan kekuasaan. Kandidat yang berpartisipasi dalam pemilihan umum, baik itu pemilihan legislatif, presiden, maupun kepala daerah, tidak dapat mengandalkan saluran komunikasi politik konvensional saja. Kondisi ini menandakan perlu adanya kajian yang menjelaskan mengenai internet, media sosial, dan politik sebagai bagian integral dalam realitas sosial kontemporer. Tujuan dari penelitian ini ialah mengkaji dinamika internet, media sosial, dan politik di era kontemporer di masyarakat sebagai bagian penting bagi perkembangan peradaban suatu bangsa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan yang berbasis pada temuan-temuan penelitian terdahulu, kemudian dikonstruksi untuk mendapatkan penjelasan mengenai realitas kontemporer terkait internet, media sosial, dan politik. Hasil telaah menunjukkan bahwa kegiatan dalam kegiatan politik kontemporer para aktor perlu mengadopsi pendekatan media baru dengan segala karakteristiknya, yang memungkinkan interaksi lebih intensif. Kandidat juga harus menyadari bahwa media baru memiliki sisi-sisi lemah yang tidak selalu menguntungkan dalam proses pembentukan citra mereka di ruang publik. Media baru merupakan generasi ketiga dalam komunikasi politik, di mana siapa pun dapat menjadi produsen dan konsumen informasi. Pola interaksi yang bersifat resiprokal dan personal, meskipun seringkali artifisial, menjadi tantangan bagi kandidat dalam memposisikan diri di tengah informasi yang beragam dan cepat. Demokrasi siber, yang memfasilitasi identitas pribadi dan publik, seringkali mengalami pergeseran peran yang kompleks.

TENTANG PENULIS:

Faisal Fadilla Noorikhshan, Penulis menyelesaikan studi S-2 di Magister Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang pada tahun 2016, saat ini penulis adalah dosen pada Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi..

Hilal Ramdhani, sedang melanjutkan studi S-3 di Pasca Sarjana Doktoral Ilmu Politik Departemen Politik dan Pemerintahan (DPP) Universitas Gadjah Mada. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen di Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi.

Budi Chrismanto Sirait, Penulis menyelesaikan studi S-2 di Magister Ilmu Politik Departemen Politik dan Pemerintahan (DPP) Universitas Gadjah Mada pada tahun 2016, saat ini penulis adalah dosen pada Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi.

Nisa Khoerunisa, Penulis menyelesaikan studi S-2 di Magister Hubungan Internasional Universitas Padjdjaran, saat ini penulis adalah dosen pada Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Siliwangi.

PENDAHULUAN

Dengan menjamurnya informasi, membuat masyarakat memasuki era baru komunikasi politik yang dikenal dengan “era komunikasi politik ketiga” (Imrovič, et.al, 2018). Era baru ini akan melihat penurunan media cetak dan penyiaran sebagai sarana utama komunikasi politik. Mereka mempertimbangkan konsep bahwa "gagasan, informasi, dan berita politik dapat disebarluaskan melalui komputer" dan "web internet" dan teknologi komunikasi yang memungkinkan aliran informasi dua arah dan pencarian berita yang ditargetkan.

Aliran informasi akan lebih optimal melalui penyampaian yang terarah dan memiliki struktur yang jelas, secara konseptual terdapat retorika politik yang berarti mode komunikasi utama generasi pertama dalam sejarah tiga generasi komunikasi politik, sementara media arus utama mendominasi generasi kedua (Bennett & Iyengar, 2008; Holbert, 2006). Media baru, terutama internet, dan munculnya platform media sosial interaktif dan blog, muncul selama generasi ketiga. Penggunaan internet sebagai media atau saluran komunikasi oleh para aktor politik seperti politisi, birokrat, aktivis kelompok kepentingan dan penekan, serta jurnalis media massa, baik dalam bentuk statis maupun dinamis, merupakan fenomena yang menarik dalam komunikasi politik kontemporer, baik secara global maupun internasional.

Dalam era internet, informasi politik dan interaksi antar warga negara dapat dengan cepat disebarkan dan dibagikan melalui platform digital (Dwiyanti, et.al, 2023; Jatmiko, 2019). Hal ini memungkinkan terjadinya interaksi tanpa batasan ruang dan waktu antara infrastruktur dan suprastruktur dalam sistem politik. Penggunaan internet semakin meluas di Indonesia, tidak hanya untuk kepentingan pribadi atau bisnis-komersial tetapi juga untuk urusan politik. Contohnya, internet telah menjadi bagian penting dalam kampanye politik, terutama dalam Pemilu Legislatif, Pemilu Presiden, dan Pilkada. Selain media konvensional seperti televisi, koran, radio, dan brosur, kampanye politik juga memanfaatkan media baru seperti internet.

Internet telah dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah, DPR, dan pengadilan untuk mempromosikan kebijakan publik dan membangun dukungan dan persatuan. Agar suara mereka didengar dalam proses politik, individu dan organisasi masyarakat semakin beralih ke internet. Ini dapat digunakan dalam beberapa cara berbeda, termasuk melalui pembuatan situs web pribadi atau institusional, blog, dan profil media sosial berbayar atau tidak berbayar.

Kondisi tersebut menandakan bahwa realitas media dan internet telah masuk dalam kegiatan-kegiatan institusional kenegaraan membuat perlu suatu kajian yang reflektif dan futuristik dalam mengkaji hal-hal yang terkait dengan media, internet, dan politik. Hal ini didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya dimanika negara-masyarakat dalam menggunakan internet sebagai bagian bagi perkembangan peradaban suatu bangsa.

Penelitian Kristiyono (2015) penggunaan media berbasis internet yang berlebihan akan menimbulkan beberapa masalah, antara lain: *Pertama*, ketergantungan, perubahan perilaku, dan kejahatan dunia maya. *Kedua*, budaya Internet kontemporer adalah hasil dari hubungan simbiosis antara empat subkultur yang berbeda: budaya Teknokratis, Peretas, Komunitarian

Virtual, dan Wirausaha. *Ketiga*, pendidikan tentang cara memanfaatkan media sangat penting untuk membangun literasi media.

Penelitian lainnya juga menunjukkan penguatan, seperti penelitian Susanto (2017) berkat kemajuan teknologi komunikasi, media sosial mampu menyebarluaskan informasi secara cepat kepada khalayak sarannya atau kepada pengguna media sosial lainnya. Manfaat ini menggerogoti kredibilitas pelaporan media arus utama, yang bergantung pada prosedur yang memakan waktu termasuk verifikasi akun peristiwa yang adil dan akurat dari sumber pesan yang dapat dipercaya. Pengguna dari latar belakang sosial ekonomi dan politik yang berbeda pada platform yang sama akan menanggapi berita dengan cara yang berbeda, tetapi akan menggunakan jenis jaringan politik yang sama untuk menyelesaikan pekerjaan. Hal ini menandakan bahwa internet merupakan bagian penting dalam kajian selama tahun 200, karena dampak yang ditimbulkan sangat masif dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Peran penting dari media dalam kaitan dengan masyarakat dapat terlihat ketika masa pandemi covid-19 bahwa negara menggunakan media sebagai aspek penting dalam melakukan edukasi covid-19. Menurut Sampurno, Kusumandyoko, & Islam (2020) budaya media sosial di Indonesia dapat berperan sebagai guru yang mampu mengedukasi masyarakat dan merangsang penelitian terbaru terkait COVID-19; sebagai pendidikan pelayanan kesehatan masyarakat; dengan mengarahkan publik ke situs web dan halaman arahan mereka untuk mendapatkan informasi terbaru dan paling andal terkait COVID-19; dengan mengiklankan layanan baru seperti layanan dana sosial perawatan kesehatan; dengan memposting informasi kasus terkait, foto, dan hasil (dengan persetujuan); dan dengan memasarkan layanan baru seperti sosial perawatan kesehatan.

Menurut Anshari (2013), banyaknya manfaat yang diberikan media sosial sebagai platform branding pemimpin politik tidak lepas dari beberapa faktor kritis yang harus diingat dalam konteks politik. Karena media sosial terintegrasi sebagai sarana berkomunikasi dengan audiens target dan pemilih potensial, komponen komunikasi harus dijaga ketat setiap saat. Atas dasar itu, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana dinamika relasi internet, media sosial, dan politik di era kontemporer yang ditinjau dari hubungan negara-masyarakat sebagai bagian penting dari perkembangan berbangsa dan bernegara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan untuk mengkaji realita media sosial, internet, dan politik sebagai suatu kesatuan yang tidak lepas dalam era kontemporer. Metode kepustakaan yakni teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Moleong, 2016). Penelitian ini menggunakan sumber jurnal-jurnal ilmiah sebagai dasar membentuk argumen dan gagasan terkait media sosial, internet, dan politik. Analisis data menggunakan analisis isi dengan memilih, membandingkan, menggabungkan, dan memilah berbagai temuan dari berbagai kajian tentang internet, sosial media, dan politik (Ramdhani, 2022). Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data untuk menyimpulkan. Untuk mendapatkan hasil yang benar dan tepat dalam menganalisis data, teknik analisis data menggunakan pembahasan mendalam tentang isi informasi tertulis atau tercetak di jurnal. Analisis isi digunakan untuk menganalisis semua hasil penelitian yang membahas tentang perdebatan internet, sosial media, dan politik. Logika yang dibangun dalam menyusun artikel ini ialah premis mayor, kemudian premis minor, dan pembentukan kesimpulan atas data-data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Politik dan Penggunaan Media Baru vs Media Lama**

Dalam istilah awam, "media baru" berarti metode penyebaran informasi yang lebih baik. Tujuan utama pengembangan media baru adalah untuk menjembatani kesenjangan antara kekhasan media digital dan penerapan media konvensional untuk memfasilitasi adopsi dan adaptasi teknologi media baru secara luas. Bolter & Grusin (2000) berpendapat bahwa konten media baru seperti situs web merupakan campuran dari bentuk media lama seperti artikel surat kabar, foto, film, rekaman musik, dan televisi yang telah dikerjakan ulang untuk media digital. Secara teori, Internet adalah sistem jaringan komputer dan node server yang saling terhubung di seluruh dunia. Menurut definisi yang dibuat pada tahun 1995 oleh U.S. Federal Networking Council, "Internet" adalah "sistem informasi global yang terhubung secara logis melalui ruang alamat global yang unik berdasarkan Protokol Internet (IP) atau ekstensinya, yang mampu mendukung komunikasi dengan Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP) atau turunannya yang diperluas, dan memberikan tingkat layanan lapisan komunikasi dan infrastruktur terkait yang dibahas di dalamnya" (Lister, et.al, 2009).

Konseptual media baru dalam pandangan Wood & Smith (2005) mengatakan bahwa terdapat internet dari sarana komunikasi sebelumnya. Pemutaran multimedia dan interaksi pengguna adalah dua kualitas yang dikutip. Kemampuan multimedia internet memungkinkan integrasi beberapa jenis media, termasuk namun tidak terbatas pada teks, audio, foto, animasi, video, dan informasi interaktif. Hal ini membuat kegiatan politik yang dimanifestasikan dalam media baru mampu mempengaruhi masyarakat untuk turut serta dalam berbagai kegiatan politik.

Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan politik karena media baru memiliki berbagai fasilitas yang menarik, Pavlik (1996) berpendapat bahwa interaktivitas memungkinkan orang untuk menulis dan membagikan pemikiran mereka sendiri secara online dan berkomunikasi dengan orang lain dengan cara ini. Interaksi di antara komunikator dimungkinkan oleh tingkat interaksi ini. Bertukar komunikasi melalui e-mail atau jenis komunikasi online dua arah lainnya sekarang sudah menjadi hal yang lumrah. Selain itu, alat bantu teknologi seperti BBS, obrolan teks, MUD, dunia grafis, dan sebagainya sudah terkenal. Facebook, Twitter, dan Netlog, antara lain, semuanya berkontribusi terhadap peningkatan kontak pengguna.

Realitas itu berbeda ketika kegiatan politik diterapkan dalam media lama, karena memiliki kekurangan sebagaimana yang dijelaskan Morris & Ogan (2008) bahwa hubungan antara produsen konten dan konsumen di media massa konvensional seperti surat kabar dan televisi bersifat one-to-many. E-mail adalah contoh komunikasi satu-ke-satu, tetapi internet juga memfasilitasi interaksi satu-ke-banyak dan banyak-ke-satu (Wood & Smith, 2005). Melalui CMC (Computer Mediated Communications), pengguna internet dapat membentuk persahabatan dan hubungan dekat lainnya sementara jarak geografis dan fisik satu sama lain (Shedletsky & Aitken, 2004). Pembentukan perasaan dalam media baru membuat masyarakat terlibat aktif dalam kegiatan-kegiatan politik praktis.

Secara historis pengembangan media baru merupakan upaya untuk mempermudah akses komunikasi antar masyarakat maupun dengan pemerintah. Terdapat beberapa pengembangan media baru, World Wide Web (WWW) adalah yang pertama dari tiga jenis pengembangan Internet yang berbeda secara konseptual; itu dibuat pada tahun 1990 oleh spesialis Swiss di laboratorium fisika untuk memfasilitasi pertumbuhan jaringan komputer yang saling berhubungan menggunakan perangkat lunak komunikasi yang sama. World Wide Web (WWW) adalah aspek terbaru dan inovatif dari Internet. Ini membuka jalan bagi integrasi teks, audio, dan gambar bergerak ke dalam satu desain. Informasi di web diakses melalui seperangkat protokol dan standar, dan ditransfer menggunakan media fisik.

Peramban web Mosaic, dirilis pada tahun 1993, merupakan kemajuan besar kedua di internet; itu menyederhanakan proses navigasi ke halaman tertentu. Pengguna Mosaic dapat menyimpan informasi, memfilter hasil berdasarkan kriteria yang mereka pilih, dan

menyesuaikan apa yang ditampilkan. Kemudian, Microsoft merilis Internet Explorer, browser mereka sendiri, lima tahun kemudian. Inovasi ketiga dari internet adalah mesin pencari, dengan Google dan Yahoo! menjadi dua yang paling banyak digunakan.

Web 2.0 adalah inovasi yang semakin berkembang dalam dunia web dan menjadi pengembangan dari web 1.0. Pada generasi pertama ini, pengunjung hanya dapat membaca konten di website dan tidak dapat berinteraksi dengan website tersebut. Sebagai contoh adalah situs berita seperti <http://www.kompas.com/>. Pada umumnya, website pada generasi pertama dikembangkan untuk pengaksesan informasi dan memiliki sedikit sifat interaktif. Web 2.0 membawa perubahan dengan memberikan interaktivitas yang lebih kepada pengunjung, di mana pengunjung dapat berpartisipasi dan berbagi konten, membuat komentar, dan bahkan membuat konten baru. Web 2.0 merupakan revolusi baru dalam dunia internet dan memberikan dampak besar terhadap cara kerja industri dan media.

Pembuat konten yang juga pengguna dapat bekerja sama dengan prosumer lain di komunitas online untuk meningkatkan kualitas pekerjaan mereka. Berbeda dengan situs web, di mana pemirsa (konsumen) dapat dengan mudah menonton dan membaca, hal ini memungkinkan partisipasi yang lebih aktif dari pemirsa. Web 2.0 sekarang umum digunakan untuk merujuk pada pengembangan situs web pada tahun 2004. Pada tahun 2003, Tim O'Reilly mempopulerkan frasa "Web 2.0".

Pengembangan media baru tersebut menandakan media komunikasi berkembang dengan sangat pesat yang penting dalam Interpersonal Face to Face Communication dan CMC. Secara konseptual, terdapat persamaan maupun perbedaan dalam Interpersonal Face to Face Communication dan CMC yang menjadi pembeda paling jelas antara media lama dan media baru.

Tabel 1.
Persamaan dan Perbedaan Komunikasi Interpersonal
Face to Face Communication dan CMC

Elemen Komunikasi Interpersonal	<i>Face to Face Communication</i>	<i>Computer Mediated Communication</i>
<i>Source</i> (pengirim pesan)	Penampilan luar kita memberi tahu banyak orang tentang siapa kita dan kepribadian kita.	Kita memiliki kebebasan untuk mengubah penampilan luar kita dan merahasiakan aspek-aspek tertentu dari diri kita sampai kita ingin menunjukkannya.
	Interupsi mungkin terjadi saat komunikator bersaing dengan komunikan untuk mendapatkan perhatian.	Ini adalah kesempatan komunikator untuk berbicara kapan pun mereka mau, dan mereka tidak akan disela.
<i>Receiver</i> (penerima pesan)	Penonton komunikator visual bisa siapa saja	Siapa pun yang ada di milis atau daftar kontak Anda.
	Hanya mereka yang dapat bertemu secara fisik yang akan menerima pesan Anda. Di daerah kecil dan terpencil, mungkin sangat menantang untuk bertemu orang baru yang memiliki minat yang sama dengan Anda.	Karena audiens potensial untuk komunikasi praktis tidak terbatas, jauh lebih mudah untuk melacak audiens yang memiliki selera yang sama dengan pengirimnya.

	Meskipun pesan dapat didengar oleh orang lain, namun tidak dapat dikirim dengan tepat.	Pesan dapat dikirim ke penerima yang benar.
	Komunikator membentuk kesan penerima berdasarkan petunjuk verbal dan nonverbal.	Pesan yang dikirim ke pendengar tergantung pada interpretasi pembaca terhadap teks.
Konteks	Dua orang mengobrol karena mereka berdekatan satu sama lain.	Ruang memungkinkan orang melakukan percakapan di mana saja yang mereka pilih (yang tidak selalu di tempat yang sama).
	Individu sering tidak banyak bicara tentang keadaan pertemuan komunikasi tertentu.	Orang sekarang memiliki kontrol yang lebih besar ketika mereka berkomunikasi dan ketika mereka menerima tanggapan.
	Pesan dipertukarkan secara bersamaan, membuat komunikasi sinkron.	Komunikasi sinkron terjadi di media seperti ruang obrolan dan Pesan Instan, sedangkan komunikasi asinkron terjadi di media seperti email dan papan pesan. Dalam komunikasi sinkron, kedua belah pihak harus hadir secara fisik pada saat yang sama, tetapi dalam komunikasi asinkron, pengirim dan penerima dapat terjadi kapan pun yang paling nyaman bagi mereka.
Channel (media)	Media bersifat pendengaran, penglihatan, sentuhan, dan jarak.	Media bersifat visual untuk teks.
	Interaksi yang akurat dimungkinkan oleh media dua arah.	Komunikasi dua arah. Ada yang bisa langsung berinteraksi, ada pula yang harus menunggu.
Pesan	Kata-kata digunakan bersamaan dengan indikasi lain seperti bahasa tubuh, kontak mata, aksen, wewangian, sentuhan, pakaian, dan gaya rambut.	Teks versus tulisan. Meskipun dimungkinkan untuk mensimulasikan petunjuk nonverbal tertentu, seperti ekspresi wajah dan simbol, yang lain, seperti aroma dan sentuhan, tidak bisa.
	Kecuali jika didokumentasikan, pesan akan hilang dengan cepat.	Kecuali dihapus, pesan tidak dapat dihapus.
	Umumnya, singkatan dihindari.	Singkatan umum termasuk.
Feedback (umpan balik)	Sering cepat tetapi kadang-kadang lamban. Kecepatan umumnya diasumsikan.	E-mail, newsgroup, dan papan diskusi online mempermudah penundaan pemberian umpan balik. Tanggapan dalam obrolan dan IM hampir seketika.
Tujuan	Belajar, terhubung, memiliki pengaruh, bersenang-senang, dan membantu adalah semua tujuan yang dapat dicapai. Interaksi tatap muka lebih unggul untuk menyampaikan	Belajar, terhubung, memiliki pengaruh, bersenang-senang, dan membantu adalah semua tujuan yang dapat dicapai. Informasi CMC, misalnya,

	emosi seperti cinta dan dukungan.	dapat memfasilitasi pencapaian tujuan tertentu.
Hambatan	Terjadi ketika ada masalah dengan konteks, artikulasi, pengucapan, atau tata bahasa.	Grammar melibatkan kemampuan untuk menulis dengan jelas dan benar.

Sumber: DeVito, J. A., (2007)

Berbagai elemen komunikasi tersebut secara lebih optimal terdapat dalam media baru, karena adanya perasaa saling memiliki yang mampu dibangun oleh media baru, sehingga pesan dan konteks dalam media baru mampu diterima dengan baik oleh pengguna.

Berbagai perkembangan media baru sudah banyak diciptakan oleh berbagai negara, seperti Departemen Pertahanan Amerika Serikat awalnya menciptakan ARPANET pada awal 1970-an sebagai alat untuk melindungi jaringan komputernya dari serangan nuklir. Pemrogram komputer ahli di sana melakukan ini dengan membangun web di seluruh dunia, sebuah jaringan yang saling terhubung. Setiap komputer di jaringan ini dapat berbicara dengan setiap komputer lain di jaringan dengan bertukar paket data, yang masing-masing menyertakan protokol internet dan alamat mesin tujuan pengiriman data.

Internet Sebagai Alat Saaluran Politik Elektoral di Beberapa Negara

Internet adalah forum publik di mana individu dapat dengan bebas mendiskusikan politik dengan membaca dan menulis (O'Hara & Stevens, 2015; Geiger, 2009). Oleh karena itu, politisi, partai politik, aktivis, dan organisasi non-partai sekarang lebih terhubung dari sebelumnya karena internet. Studi sebelumnya telah mengidentifikasi empat elemen yang berkontribusi terhadap meningkatnya prevalensi wacana politik online di Indonesia.

Pertama, pertumbuhan jumlah pengguna internet yang sangat pesat di Indonesia menjadi faktor penting dalam semakin luasnya penggunaan internet dalam komunikasi politik. Internet dianggap sebagai revolusi karena minimnya kontrol informasi atau gatekeeping yang menjadi ciri khas media cetak tradisional dan media penyiaran (Tedesco, 2004).

Internet menjadi media yang tidak dapat dikendalikan oleh siapa pun, termasuk oleh pemerintah yang sedang berkuasa. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa atau sekitar 71,5% dari total populasi. Hal ini menjadi perhatian penting karena di banyak negara, kebebasan berekspresi di media konvensional seperti koran, televisi, dan radio, masih terbatas dan terkendali oleh pemerintah atau perusahaan media besar. Namun, di internet, individu memiliki akses yang lebih besar dan dapat mengungkapkan pendapat mereka tanpa adanya sensor atau batasan tertentu. Dalam konteks komunikasi politik, hal ini memungkinkan masyarakat untuk berbicara langsung dengan para pemimpin politik, mengemukakan pendapat dan kritik, serta membangun gerakan sosial yang lebih kuat secara online. Dengan adanya internet, maka diharapkan masyarakat dapat lebih aktif dan berpartisipasi dalam pembentukan kebijakan politik.

Tedesco (2004) menjelaskan mengenai claim pionir penggunaan media sosial dalam kegiatan politik berdasarkan beberapa peneliti, seperti Whilock mengklaim kampanye Bill Clinton tahun 1992 adalah kampanye politik pertama yang mendistribusikan teks pidatonya secara online. Sementara itu, Hacker mengklaim bahwa pemerintahan Clinton-Gore adalah pionir penerapan demokrasi elektronik melalui internet. Pada tanggal 20 Januari 1993, staf Clinton mulai menggunakan Internet untuk menyebarkan rilis berita dan informasi lainnya. Lebih dari 1.500 orang di berbagai tingkatan dan banyak organisasi berbeda aktif dalam pemilihan politik tahun 1996, termasuk setiap calon presiden dan setiap calon parlemen AS.

Sejak tahun 2006, selain menggunakan website, kandidat-kandidat politik juga dapat memanfaatkan situs jejaring sosial atau social network sites untuk melakukan kampanye. Para

pihak yang terlibat dalam aktivitas politik mulai menyadari potensi dari situs-situs tersebut dan mencari cara-cara untuk memanfaatkannya secara efektif. Facebook, YouTube, dan MySpace merupakan sarana baru yang memungkinkan untuk meningkatkan partisipasi politik dengan cara berinteraksi dengan sesama pengguna. Pendekatan ini terbukti lebih efisien.

Kedua, perkembangan teknologi dan aplikasi online memungkinkan akses internet semakin mudah dan terjangkau. Selain itu, adanya media sosial dan platform-platform diskusi seperti forum dan grup online memungkinkan para pengguna internet untuk berbagi informasi dan diskusi tentang topik politik. Pada tahun 2011, terdapat sekitar 39,6 juta pengguna internet di Indonesia. Namun, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, jumlah tersebut sudah mencapai sekitar 45 juta pada tahun yang sama. Business Monitor International, sebuah lembaga riset, memprediksi bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan meningkat pesat hingga mencapai 153 juta pada tahun 2014. Prakiraan ini didasarkan pada lintasan industri TI, telekomunikasi, dan internet saat ini, yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi teknologi perangkat maupun konten seperti YouTube, streaming video, e-banking, m-banking, video sesuai permintaan, dan musik sesuai permintaan.

Ketiga, keterbukaan informasi yang semakin besar juga mempengaruhi semakin intensifnya penggunaan internet dalam komunikasi politik (Heryanto, 2018). Berkat internet, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tentang calon dan partai politik serta program-program politik yang ditawarkan.

Keempat, peningkatan kesadaran politik di kalangan masyarakat juga turut memengaruhi semakin intensifnya penggunaan internet dalam komunikasi politik (Heryanto, 2018). Masyarakat yang semakin cerdas dan kritis dalam memilih pemimpin dan menentukan pilihan politiknya akan memanfaatkan internet sebagai sumber informasi dan alat untuk mengekspresikan pendapat politiknya.

Internet sangat penting dalam proses demokrasi di Cina, Jepang, dan Korea Selatan. Sekitar 80% lembaga pemerintah China diharuskan membuat situs web sebagai bagian dari "Proyek Daring Pemerintah" karena pemerintah China memandang Internet sebagai alat politik. Pada pemilihan parlemen tahun 1995 di Jepang, 40 dari 242 legislator memiliki situs web kampanye, menandai pertama kalinya partai politik mengadopsi media komunikasi baru ini secara luas. Gerakan "Rohsamo", yang mendukung kandidat presiden Korea Roh Moo-Hyun pada pemilu 2002, menggunakan internet secara ekstensif untuk berkomunikasi dan mendiskusikan informasi politik yang relevan. Indonesia mungkin merasakan efek dari pengaruh politik yang berkembang dari internet di seluruh Asia.

Internet dan Politik di Indonesia

Secara konseptual, internet pada awalnya dikenal sebagai media baru pada tahun 1980-an di Barat dan tahun 1990-an di Asia, khususnya Indonesia, menurut Khrisna Shen & David T. Hill (2005). Selama pemerintahan Suharto, pemerintah Indonesia memberlakukan pembatasan ketat terhadap media cetak, radio, dan televisi negara. Namun, penyensoran di internet tidak mempengaruhi gerakan protes. Pada tahun 1996, misalnya, forum online The Indonesia-L Mailing List (juga dikenal sebagai situs "what's up") menjadi tempat pertemuan para penentang kekuasaan Orde Baru. Khrisna Shen & David T. Hill (2005) mengklaim bahwa pada tahun 1994, karyawan dari publikasi mingguan Tempo dan Detik yang dilarang pemerintah mendirikan situs web Tempo Interactive dan Detik.com.

Ada beberapa alasan mengapa semakin populernya masyarakat memanfaatkan internet untuk kepentingan politik saat ini. *Pertama* adalah tumbuhnya sifat demokrasi dari sistem politik. Pasca reformasi, masyarakat dapat bebas berkumpul, mengadakan rapat umum, dan menyampaikan pendapatnya secara lisan dan tertulis (Kodiyat, 2018; Badaruddin, Basri, & Wahyuni, 2020). Karena kebebasan ini, siapa pun dapat menggunakan internet untuk mengkomunikasikan pandangan, pendapat, ajakan, protes, permohonan, dan tekanan mereka

kepada pihak yang berwenang. Konsolidasi norma-norma demokrasi di ranah maya (new public sphere) difasilitasi oleh fenomena ini.

Evolusi internet telah menyebabkan perubahan gagasan tradisional ruang publik, yang didasarkan pada interaksi pribadi. Menurut Porter (1997), ruang publik virtual gagal memenuhi visi Habermas tentang ruang publik sebagai area terpadu di mana semua topik diperlakukan sama. Secercah janji baru dalam menawarkan tempat publik yang bebas dari dominasi dapat ditemukan di komunitas online termasuk kafe elektronik, papan buletin, milis, blog, forum interaktif web pribadi, dan jejaring sosial. Tempat publik alternatif diperlukan karena media massa cetak dan digital tidak mampu menjalankan peran sipilnya akibat aturan pasar, represi pemilik modal, dan intrusi kepentingan politik pemerintah. Akibatnya, grup online harus menginspirasi orang untuk menyuarakan apa yang mereka yakini tanpa takut akan pembalasan. Ini adalah jenis pemahaman yang mendalam.

Kedua, konvergensi media dan perkembangan TIK dan media massa lainnya telah memfasilitasi penyebaran informasi di Indonesia (Parhan & Alifa, 2020). Informasi tentang lingkungan terdekat kita sudah tersedia karena ke banyak penyedia layanan dan mesin pencari informasi (search engine). Informasi, khususnya informasi politik, dapat lebih mudah disebarluaskan di Indonesia karena integrasi sistem internet dengan media cetak, televisi, dan radio.

Para peneliti telah mengamati tren menarik dalam evolusi internet: munculnya ruang publik baru dalam komunitas virtual, khususnya dalam hal demokrasi, sebagai hasil dari proses konvergensi simbolik di situs jejaring sosial dan weblog interaktif. Komunitas online ini berfungsi sebagai tempat pertemuan bagi mereka yang ingin berhubungan kembali dengan teman lama, mencari teman baru, atau menemukan orang lain yang memiliki minat dan nilai yang sama. Selain MySpace, Windows Live Spaces, Friendster, Hi5, Flickr, Orkut, Flixter, Multiply, dan Netlog adalah contoh situs jejaring sosial. Facebook, di sisi lain, memiliki basis pengguna yang masif di setiap negara, termasuk Indonesia.

Internet sebagai basis dalam media sosial menunjukkan berbagai perkembangan seperti maraknya situs jejaring sosial dan weblog interaktif dalam bentuk Bulletin Electronic System telah menggugah minat kalangan akademisi. Pengguna weblog dapat berkomunikasi satu sama lain dan terlibat dalam diskusi mendalam tentang berbagai topik. Weblog Kompasiana (www.kompasiana.com) adalah weblog yang ramai di mana jurnalis, anggota parlemen, mahasiswa, aktivis LSM, profesor, dan pensiunan jenderal mendiskusikan peristiwa terkini dalam masyarakat dan politik.

Kondisi perubahan internet yang semakin pesat juga membuat komunitas online sangat bergantung pada situs jejaring sosial dan weblog interaktif sebagai lapangan publik versi mereka. Banyak perdebatan yang terjadi di Indonesia, seperti tekanan, dan protes sebelum isu KPK vs Polri dan penipuan Bank Century benar-benar menjadi gerakan yang serius. Halaman Facebook "Satu Juta Facebooker Mendukung Chandra Hamzah dan Bibit Samad Riyanto" muncul, membual lebih dari satu juta suka dan berbagi. Gerakan Dua Juta Facebookers Dukung Penyelesaian Kasus Bank Century menyusul tidak lama kemudian.

Dalam waktu yang relatif singkat, mereka yang mendukung gerakan ini dapat berkumpul sebagai komunitas simbolik daring. Kejadian ini mencontohkan pematangan ruang publik di era modern, yang memungkinkan ekspresi dan keterlibatan politik individu yang tidak terkendali. Grup Facebook Forum Indonesia Sejahtera (FIS) di <http://www.facebook.com/groups/info.fis/> juga menjadi tempat perdebatan politik yang memanas. Fenomena itu menandakan bahwa media sosial menjadi basis dalam interaksi warga negara dalam memperbincangkan proses bernegara.

Ketika orang bersatu secara online, mereka mungkin memberikan tekanan yang signifikan pada pemerintah untuk berhenti melanggar hak asasi manusia mereka. Dalam kasus Prita Mulyasari vs Rumah Sakit Internasional Omni, misalnya, lebih dari 19.000 pengguna

Facebook menunjukkan dukungan mereka untuk Prita, jauh melampaui target kampanye yang hanya 7.500 orang. Prita mampu membela diri dari tuduhan telah melanggar Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik karena banyaknya simpati yang dihimpunnya. Kampanye "Koin untuk Prita" berhasil mengumpulkan hampir 204.000.000 Rupiah, jauh di atas jumlah yang diminta RS Omni

Empat Argumen Ruang Publik Baru Kandidasi Politik

Terdapat alasan mengapa kandidat harus memikirkan tempat publik baru di jaringan online. Pertama, organisasi online telah menunjukkan bahwa ia dapat memberikan tekanan dan kontrol. Ini adalah hasil dari organisasi publik yang memahami manfaat teknologi informasi dan komunikasi modern, terutama online ([Premkumar & Roberts, 1999](#)). Karena semakin banyak orang bersatu secara online untuk membahas masalah politik yang mendesak, komunitas online semakin berpengaruh. Interaksi online mereka tidak tunduk pada kontrol pemerintah atau komersial.

Kedua, grup online tidak dibatasi oleh faktor seperti lokasi, waktu, ideologi, pendapatan, atau tingkat pendidikan ([Al Lily, et.al, 2020](#)). Hubungan orang dengan orang lain dalam komunitas lebih mudah beradaptasi ketika mereka dapat bertemu kapan saja dan di mana saja. Kategorisasi jarak empat bagian—intim, pribadi, sosial, dan publik—telah menyebabkan penghapusan zona proksimik. Weblog dan bentuk jejaring sosial lainnya telah membuat jarak geografis menjadi tidak relevan dalam komunikasi modern. Anggota komunitas memiliki kelonggaran yang lebih besar untuk ekspresi individu yang bernuansa. Dengan cara ini, daripada sekadar membaca hasil yang dilaporkan oleh jurnalis media massa tradisional, orang dapat secara aktif berpartisipasi dalam ekspresi emosi mereka.

Ketiga, komunitas online memfasilitasi pengembangan identitas kolektif. Interaksi komunitas dapat mengarah pada pengembangan ide, tema fantasi, dan visi retorik yang berkontribusi pada kesadaran kolektif yang terfragmentasi ([Gyimóthy, 2013](#)). Contoh pokok bahasan yang berpotensi mendapat perhatian luas antara lain peristiwa Bank Century, pertarungan tokek vs buaya atas kriminalisasi KPK, penolakan Konten RPM, dan masih banyak lagi. Hubungan antar manusia masih terjalin ketika topik ini diliput oleh media. Meskipun itu dapat diperkuat dan dibuat lebih personal melalui interaksi dengan komunitas online seseorang.

Dalam konteks komunitas jejaring sosial, terdapat empat alasan mengapa para kandidat harus memahami konsep ruang publik baru. Pertama, komunitas jejaring sosial saat ini memperlihatkan identitasnya sebagai kelompok pengontrol dan penekan, terutama dengan adanya peningkatan jumlah publik memperhatikan pada isu-isu politik yang berkembang ([Berry, et.al, 2004](#)). Kedua, komunitas jejaring sosial tidak dibatasi oleh keterpisahan tempat, waktu, ideologi, status sosial ekonomi, dan pendidikan, sehingga interaksi antar anggota dapat dilakukan dengan lebih fleksibel ([Li & Zhu, 2013](#)). Ketiga, terbentuknya kesadaran kelompok bersama melalui pertukaran isu dan tema-tema fantasi yang dapat membentuk kesadaran kelompok terbagi ([Armstrong & Hagel, 2000](#)). Keempat, dinamika komunitas jejaring sosial memiliki karakteristik yang unik dan sangat mungkin digunakan oleh siapa saja untuk kepentingan apa saja, dengan keragaman topik perbincangan, identitas pengguna, dan tipologi aktivitas ([Kietzmann, et.al, 2011](#)). Semua hal tersebut sangat menarik untuk diteliti sebagai sebuah studi kasus yang unik mengenai eksistensi komunitas-komunitas virtual.

Peluang dan Tantangan Pembentukan Citra

Politisi dan orang lain yang mencari jabatan politik dapat memanfaatkan internet sebagai cara yang murah dan nyaman untuk hubungan masyarakat politik (Politik PR) untuk membentuk persepsi publik tentang diri mereka sendiri dan platform mereka. Karena maraknya media sosial, para kandidat kini perlu menerima berbagai umpan balik publik, termasuk informasi, masukan, kritik, dan gagasan. Wright & Hinson ([2009](#)) menemukan bahwa profesional PR

dapat mengambil manfaat dari proliferasi media baru, khususnya media sosial, dalam beberapa cara.

1. Memungkinkan peningkatan interaksi dan berbagi pemikiran, ide, dan informasi.
2. Terlepas dari potensi berita buruk, ini menciptakan saluran baru untuk berkomunikasi langsung dengan audiens. Akibatnya, interaksi antara orang mungkin lebih langsung dan kurang termediasi.
3. Tingkatkan tingkat di mana orang dapat berbagi dan menerima informasi tentang berbagai topik.
4. Memungkinkan komunikasi yang efisien dan sukses dengan audiens target.
5. Memungkinkan untuk terhubung dengan orang yang lebih muda dan demografi lain yang cenderung diabaikan oleh media tradisional.
6. Dialog terbuka di seluruh dunia dimungkinkan oleh blog dan media sosial lainnya.
7. Munculnya media baru telah membuat bisnis lebih mudah untuk segera mendapatkan informasi tentang bagaimana pandangan publik terhadap mereka.

Kandidat saat ini harus memahami bahwa reputasi mereka di ranah digital cepat berlalu dan bekerja keras untuk mempertahankannya melalui pendekatan yang konsisten. Meskipun tentu saja ada manfaat untuk hadir secara online, ada juga kendala yang harus diatasi, terutama ketika menggunakan web sebagai forum publik jenis baru.

Pertama, tantangan terkait dengan aksesibilitas internet yang masih tidak merata di seluruh lapisan masyarakat Indonesia (Hadiyat, 2014). Hanya sebagian kecil golongan tertentu yang memiliki akses ke internet. Oleh karena itu, sulit untuk mengharapkan partisipasi aktif masyarakat melalui media baru ini jika akses ke teknologi tersebut masih terbatas. Meskipun beberapa orang yang sudah memiliki akses internet tidak selalu menggunakan media tersebut untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi.

Kedua, masalahnya adalah dialog internet buruk (Juditha, 2018). Mungkin sulit untuk mengatur aktivitas politik online jika belum ada budaya percakapan online yang mapan. Internet penuh dengan diskusi akal sehat, tetapi Anda masih perlu memverifikasi semuanya dengan sains. Kadang-kadang, kejelasan, soliditas, dan fokus untuk memperkuat pidato kurang dalam percakapan politik di internet, bahkan di jejaring sosial dan weblog interaktif.

Ketiga, masalah dengan memberikan pendapat netizen status resmi online. Karena sifatnya yang fleksibel dan individualistik, situs jejaring sosial dan weblog interaktif tidak dilihat sebagai representasi resmi suara rakyat oleh media arus utama (Heryanto, 2018). Akibatnya, komunitas online berjuang agar pendapat kolektif mereka dianggap serius. Tetapi dengan memulai gerakan gabungan dan bekerja sama dengan saluran media yang mapan atau organisasi penekan sosial, suara mereka dapat didengar lebih jelas dan proses konvergensi simbolik dapat dipercepat. Pengguna internet akan memiliki platform yang jauh lebih kuat untuk meluncurkan kampanye dan mengekspresikan pandangan mereka.

Keempat, tantangan implementasi internet sebagai ruang publik baru adalah tidak adanya batasan dan standar baku dalam interaksi yang terjadi di dunia maya (Bohman, 2004). Seseorang dapat menyembunyikan identitasnya dan menyerang orang lain dengan data yang sulit diverifikasi. Skeptisisme tidak dapat diterapkan di dunia online karena interaksi menjadi tidak mungkin jika semua orang dicurigai dan dianggap berbohong. Di dunia online, informasi dapat beredar dengan cepat dan data akan diverifikasi secara otomatis. Oleh karena itu, penting untuk mendidik para netizen tentang tanggung jawab mereka terhadap konten yang mereka buat dan bagikan kepada orang lain di dunia maya.

Terakhir, interaksi di internet juga seringkali tidak menghasilkan solusi yang konkret. Meskipun banyak topik yang dibahas, solusi yang ditawarkan sangatlah sedikit dan mungkin tidak diperhatikan oleh orang lain. Tanpa kanal dan komunitas khusus yang berdiskusi intensif dan melakukan pertemuan tatap muka, diskusi di internet hanya akan terjebak pada "bubble

politics" dan tidak akan menghasilkan kesimpulan yang diambil berdasarkan kesepakatan para netizen, kecuali diikuti dengan pertemuan fisik antara mereka yang memiliki perhatian pada isu tertentu.

SIMPULAN

Pembahasan tentang internet akan terus menjadi subjek yang menarik dan dinamis untuk dikaji, bukan hanya kajian dari segi pengembangan teknologi namun juga kajian akan dampak-dampak politik negara-masyarakat yang ditimbulkan atas adanya berbagai media yang baru. Kondisi tersebut memunculkan berbagai kemungkinan adanya dinamika baru yang melibatkan perkembangan teknologi komunikasi dan isu-isu yang menggunakan internet sebagai basis realisasinya. Berbagai kasus pejabat negara secara masif mendapat respon masyarakat diberbagai media telah menunjukkan adanya tekanan secara masif bagi negara untuk dapat menerapkan asas bernegara yang berkeadilan. Realitas itu menandakan bahwa media mampu menjadi sarana interaksi politik antar negara-masyarakat yang menunjukkan kuatnya hubungan diantara keduanya. Tentu saja, tulisan ini tidak dapat mencakup semua aspek yang terkait dengan dinamika komunikasi politik di media baru. Oleh karena itu, diharapkan tulisan ini dapat menjadi rangsangan dan sumber diskusi yang terus dikembangkan oleh berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, F. (2013). Komunikasi politik di era media sosial. *Jurnal komunikasi*, 8(1), 91-101. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6469>
- Armstrong, A. (2014, August 1). *The real value of On-Line communities*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>
- Badaruddin, S., Basri, N. F., & Wahyuni, S. (2020). Penanganan Unjuk Rasa Dikaji Dalam Sudut Pandang Yuridis. *QISTHOSIA: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 1(2), 130–144. <https://doi.org/10.46870/jhki.v1i2.114>
- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? the changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
- Berry, F. S., Brower, R. S., Choi, S., Goa, W. X., Jang, H., Kwon, M., & Word, J. (2004). Three Traditions of Network Research: What the Public Management Research Agenda Can Learn from Other Research Communities. *Public Administration Review*, 64(5), 539–552. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2004.00402.x>
- Bohman, J. (2004). Expanding dialogue: the internet, the public sphere and prospects for transnational democracy. *The Sociological Review*, 52(1_suppl), 131–155. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954x.2004.00477.x>
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: Mit Press. <https://dl.acm.org/doi/book/10.5555/298574>
- DeVito, J. A., (2007). *The interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson. <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/013462310X.pdf>
- Dwiyanti, D. A., Nurani, I., Alfarizi, M. N., & Hubbah, R. D. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Warga Negara: Dampak Positif dan Negatif. *Advanced In Social Humanities Research*, 1(4), 298-306. <https://www.adshr.org/index.php/vo/article/view/34>

- Geiger, R. S. (2009). Does Habermas understand the internet? The algorithmic construction of the blog/public sphere. *Gnosis. A Journal of Communication, Culture, and Technology*, 10(1), 1-29. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2734947
- Gyimóthy, S. (2013), "Symbolic Convergence and Tourism Social Media", *Tourism Social Media: Transformations in Identity, Community and Culture (Tourism Social Science Series, Vol. 18)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 55-71. [https://doi.org/10.1108/S1571-5043\(2013\)0000018006](https://doi.org/10.1108/S1571-5043(2013)0000018006)
- Hadiyat, Y. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi). *Jurnal Pekommas*, 17(2), 81–90. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2014.1170203>
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Bantul: IRCiSoD.
- Holbert, R. L. (2006). Comparing political communication: Theories, cases, and challenges. *Journal of Communication*, 56(2), 427–429. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00027.x>
- Imrovič, M., Lukáč, M., & Jankoľa, M. (2018). Blog Marketing as a Positive or Negative Phenomenon in Political Communication?. *Slovak Journal of Political Sciences*, 18(2). <https://www.semanticscholar.org/paper/Blog-Marketing-as-a-Positive-or-Negative-Phenomenon-Imrovi%C4%8D-Luk%C3%A1%C4%8D/d7027c4d6882dccdda5e584a2c0966651fef461f>
- Jatmiko, M. I. (2019). Post-Truth, Media Sosial, Dan Misinformasi: Pergolakan Wacana Politik Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2019. *Jurnal Dakwah Tabligh*. <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9529>
- Juditha, C. (2018). Interaksi komunikasi hoax di media sosial serta antisipasinya. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31-44. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kodiyat M., B. A. K. (2018). Etika Dalam Menyampaikan Pendapat Di Media Sosial Dalam Perspektif Hak Konstitusional Warga Negara. *Edutech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(2). <https://doi.org/10.30596/edutech.v4i2.2271>
- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat. *Scriptura*, 5(1). <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>
- Li, W., & Zhu, H. (2013). Translanguaging identities and ideologies: Creating transnational space through flexible multilingual practices amongst Chinese university students in the UK. *Applied linguistics*, 34(5), 516-535. <https://doi.org/10.1093/applin/amt022>
- Lily, A. E. A., Ismail, A., Abunasser, F. M., & Alqahtani, R. H. A. (2020). Distance education as a response to pandemics: Coronavirus and Arab culture. *Technology in society*, 63, 101317. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101317>

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. London: Routledge Taylor & Francis.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morris, T. & Goldsworthy, S. (2008). *PR-A Persuasive Industry? : Spin, Public Relations, and The Shaping of Modern Media*. New York, NY : Palgrave Macmillan
- O'Hara, K., & Stevens, D. A. (2015). Echo Chambers and Online Radicalism: Assessing the internet's complicity in violent extremism. *Policy & Internet*, 7(4), 401–422. <https://doi.org/10.1002/poi3.88>
- Parhan, M., & Alifa, S. (2020). Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki di Era Konvergensi Media. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 175-196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Pavlik, J. V. (1996). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (Part of the Allyn & Bacon Series in Mass Communication)*. Columbia: Columbia University
- Porter, D. (1997). *Internet Culture*. New York: Routledge
- Premkumar, G., & Roberts, M. F. (1999). Adoption of new information technologies in rural small businesses. *Omega*, 27(4), 467–484. [https://doi.org/10.1016/s0305-0483\(98\)00071-1](https://doi.org/10.1016/s0305-0483(98)00071-1)
- Ramdhani, H. (2022). The Citizenship Paradigm Debate in Dual Citizenship Discourses in Indonesia. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 14(1), 43–53. <https://doi.org/10.21787/jbp.14.2022.43-53>
- Sampurno, M. D. I. B., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *Salam*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Sen, K. & Hill, D. T. (2005). *Media, Culture and Politics in Indonesia*. South Melbourne: Oxford University Press
- Shedletsky, L., & Aitken, J. E. (2004). *Human communication on the Internet*. Bostong: Pearson/Allyn and Bacon.
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379-398. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Tedesco, J. C. (2004). "Changing The Channel: Use of the Internet for Communicating about Politics". In *Lee Kaid, Lynda (ed.). Handbook of Political Communication Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Wood, A. F. & Smith, M. J. (2005). *Online Communication Linking Technology, Identity, & Culture*. London: Taylor & Francis Group
- Wright, Donald. K & Michelle D. Hinson. (2009). An Analysis of the Increasing Impact of Social and Other New Media on Public Relations Practice. *A Paper Presented to 12th Annual International Public Relations Conference, Miami-Florida*