

## Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik

Priadji<sup>1</sup>, Udi Rusadi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid

[priadji2018@gmail.com](mailto:priadji2018@gmail.com)

### ABSTRACT

*Individual and group interactions are facilitated by advances in information and communication technology. The state does not fully regulate the flow of communication and news to the general public. Social media that has the ability to disseminate information can be used by messengers to persuade, inspire, and take the desired action. At the same time, the power of the mainstream media is eroding. The aims of this study were to: (1) characterize social media users regardless of their socioeconomic status or political affiliation; (2) examine efforts to reach audiences through social media and traditional media; and (3) recommend future research. (3) investigate the role of social media in democracy as a promoter of parliamentary network technology. To present a comprehensive picture of social media in relation to the political communication networks used by people, organizations and other political institutions, this study uses a qualitative approach. According to the research findings, participants were not constrained by their social, economic or political position. They also differ from conventional mass media in the way they reach audiences and promote the connectivity of political networks in democracies.*

**Keywords:** Social media, Traditional media, Online political networks, State democracy

### ABSTRAK

Interaksi individu dan kelompok difasilitasi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Negara tidak sepenuhnya mengatur arus komunikasi dan berita kepada masyarakat umum. Media sosial yang memiliki kemampuan menyebarkan informasi dapat digunakan oleh pembawa pesan untuk membujuk, menginspirasi, dan mengambil tindakan yang diinginkan. Pada saat yang sama, kekuatan media arus utama terkikis. Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengkarakterisasi pengguna media sosial tanpa memandang status sosial ekonomi atau afiliasi politik mereka; (2) mengkaji upaya menjangkau khalayak yang dilakukan melalui media sosial dan media tradisional; dan (3) merekomendasikan penelitian masa depan. (3) menyelidiki peran media sosial dalam demokrasi sebagai promotor teknologi jaringan parlementer. Untuk menyajikan gambaran yang komprehensif tentang media sosial dalam kaitannya dengan jaringan komunikasi politik yang digunakan oleh orang, organisasi, dan institusi politik lainnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut temuan penelitian, peserta tidak dibatasi oleh posisi sosial, ekonomi, atau politik mereka. Mereka juga berbeda dari media massa konvensional dalam cara menjangkau khalayak dan mempromosikan konektivitas jaringan politik di negara-negara demokrasi.

**Kata Kunci:** Media sosial, Media tradisional, Jaringan politik online, Demokrasi negara

### PENDAHULUAN

Sejalan dengan perluasan dan kemudahan informasi yang tersedia yang dimungkinkan oleh kemampuan teknologi digital, media sosial berkembang dengan cepat. 79 juta orang menggunakan media sosial secara teratur. Salah satu negara dengan aktivitas media sosial terbesar adalah Indonesia (Global Media Statistics,

2016). Tidak dipersoalkan benar tidaknya materi yang disebarluaskan sesuai dengan kaidah pemberitaan yang baik dan jujur karena pola penyebaran informasi yang cenderung bebas bertujuan agar cepat dikenal oleh masyarakat sebagai tujuannya. Dinamika kehidupan politik bangsa cenderung dipengaruhi oleh kecepatan komunikasi tanpa sumber yang dapat dipercaya dan jujur.

Konsumsi berita online telah meningkat secara dramatis, menurut penelitian Pew Research Center tentang Media Baru di Amerika Serikat. Konsumsi berita online oleh responden pada tahun 2011–2012 mencapai 50%, lebih sedikit dari televisi tetapi jauh lebih banyak dari surat kabar, yang hanya mencapai 29%, dan radio, yang mencapai sekitar 33%. (6) Macnamara (2015) 19% responden memperoleh berita dan informasi melalui media dan jejaring sosial termasuk blog, mikroblog (Twitter), dan Facebook, sedangkan 8% menggunakan podcast untuk melakukannya.

Di Indonesia, media sosial seringkali menggunakan akun tunggal, grup, atau partai politik untuk memberitakan politik, sehingga menjadi sumber informasi yang tidak dapat diandalkan. Masyarakat penerima juga tidak peduli dengan kebenaran atau kebenaran informasi tersebut; yang paling penting adalah memenuhi tuntutan informasi tertentu yang terkait dengan kepentingan tertentu. Direktorat Reserse Kriminal Polda Metro Jaya telah menemukan ratusan media sosial dan akun media online yang menyebarkan informasi dan provokasi palsu, termasuk tentang suku, ras, dan hubungan antargolongan (SARA). Dengan niat politik, sekitar 300 akun telah dibatasi untuk diakses oleh banyak pengguna media sosial.

Karena banyaknya pesan, berita, dan informasi yang mengedepankan subjektivisme, sektarianisme, komunalisme, dan subnasionalisme serta saling kritik dan prasangka ekstrim, budaya politik di Indonesia rentan terhadap perselisihan antar kelompok politik. Meskipun tidak semua orang memandang media sosial sebagai sumber informasi yang andal, penting untuk mempertimbangkan kekurangan dan kekurangannya.

Isi komunikasi media sosial yang disebarluaskan dan tersedia untuk umum tampak menggugat validitas media arus utama sebagai sumber berita faktual yang mengikuti standar jurnalistik. Dalam konteks media baru, media sosial dapat beradaptasi. Untuk menciptakan dan menyampaikan pesan, media baru harus menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaksi, dan pengembangan jaringan (Flew, 2002: 11-22). Pengguna media baru memiliki kekuatan untuk memberikan interaksi, memiliki keputusan atas data yang mereka butuhkan, dan memiliki pengaruh terhadap informasi yang dihasilkan. Salah satu keuntungan dari media baru yang berkembang pesat adalah kemampuannya untuk menyediakan kemitraan interaktif.

Dengan media sosial menjadi alat yang lebih efektif untuk menyebarkan pengetahuan tentang politik dan kekuasaan negara, media tradisional terpinggirkan. Menurut data Asosiasi Perusahaan Pers (SPS), pembaca surat kabar nasional mengalami penurunan signifikan dalam enam tahun terakhir. Peredaran pada tahun 2011 masih di atas 9 juta, namun pada tahun 2016 telah menurun sebesar 11% menjadi lebih dari 8 juta (Business Industry, 2017). Pers tradisional atau arus utama telah kehilangan sejumlah besar pelanggan (Merdeka, 2107). Karena ketersediaan

media sosial yang gratis, dan reformasi politik yang mendorong matinya transparansi komunikasi, diyakini jalur media massa akan berliku.

Kelompok politik, sistem politik, organisasi politik, dan entitas masyarakat lainnya yang berinteraksi dengan negara dan otoritas pemerintah berusaha menggunakan platform digital sebagai kekuatan yang memungkinkan untuk membujuk pendengar karena kekuatan dan popularitasnya. Pengelompokan politik ini terus-menerus memeriksa komunikasi dalam konteks persaingan dan memobilisasi pendapat untuk menyalahkan orang-orang yang tidak mereka sukai. Karena banyak sekali followers dan appeaser di situs jejaring sosial yang menyebarkan disinformasi yang bertentangan dengan posisi resmi organisasi atau kelompok politik, jaringan digital dalam jajaran resmi komunitas yang saling berhubungan tidak bertahan sendirian dalam fokus pada hal-hal yang menguntungkan. dari grup.

Ketidakpastian dalam masyarakat adalah hasil dari kontestasi politik yang berkembang di mana berita palsu tumbuh subur. Informasi memiliki kemampuan untuk memicu permusuhan, menyebarkan permusuhan, atau menyampaikan sinyal lain yang tidak menguntungkan bagi kelompok saingan politik. Media sosial sebagai salah satu jenis media alternatif yang ditenagai oleh teknologi komunikasi memiliki banyak hal untuk ditawarkan dalam hal peningkatan kesadaran akan liberalisasi informasi menuju masyarakat informasi yang adil dan sukses. Media sosial yang dimanfaatkan secara positif tentunya dapat menciptakan jaringan komunikasi politik yang interaktif antara partai politik dan pendukungnya atau masyarakat umum. Indonesia, yang melihat perkembangan demokrasi yang cepat mengikuti perubahan politik, telah menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran terbesar dalam mendorong kebebasan berekspresi. Karena kemampuan beradaptasi media sosial dalam organisasi dan kelompok, siapa pun dapat menggunakannya untuk menyebarkan pesan-pesan yang bertentangan dengan peradaban di negara dan negara.

Media massa besar yang seharusnya mampu menyebarluaskan informasi secara gamblang justru melakukan kesalahan dengan menjadi media partisan, secara terbuka atau diam-diam mendukung faksi-faksi politik tertentu. Publik kini tidak mempercayai media arus utama dan media arus utama yang berafiliasi dengan organisasi dan komunitas politik di Indonesia akibat hal tersebut.

Pengalaman masa lalu terkait erat dengan keadaan ini. Pemerintah yang berkuasa, sebuah partai dengan pengaruh signifikan atas media arus utama untuk tujuan politik pemerintah, memantau dengan ketat transmisi informasi. Korporasi atau organisasi yang mengawasi media massa tradisional dianggap sebagai pemilik modal dengan kepentingan pribadi untuk menghasilkan keuntungan atau publikasi yang tidak terlepas dari pengaruh politik.

Menurut Abraham Lincoln (1809–1865), pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat harus memandu kebijakan demokrasi. Demokrasi adalah suatu bentuk pemerintahan di mana semua individu dijamin kebebasan tertentu dan di mana kedaulatan politik ditegakkan oleh rakyat. Warga negara memiliki kekuatan

untuk memilih siapa yang memenuhi syarat untuk memerintah, dan ada undang-undang otoritas federal. Kesetaraan, kebebasan, dan kontrol adalah prinsip penting demokrasi. Mereka juga berfungsi sebagai penentu utamanya. Menurut Transparency International Indonesia, kebebasan sipil kebebasan berbicara, berserikat, berkeyakinan, dan diskriminasi termasuk dalam indeks persepsi demokrasi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dan ini berkaitan dengan upaya untuk menciptakan fenomena sosiologis yang berupaya memahami perilaku dan situasi sosial yang mendasarinya, berfokus pada pertanyaan tentang mengapa orang berperilaku dan canggih dalam cara mereka melakukannya, bagaimana perspektif dan sikap. terbentuk, dan bagaimana orang akan memahami keadaan saat ini di sekitar mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan dari pencarian, analisis, dan evaluasi informasi yang relevan dengan topik penelitian dibahas dalam tiga sub-pembahasan. Penemuan pertama berkaitan dengan kemampuan beradaptasi media sosial. Kemampuan media sosial untuk berkembang dengan cepat adalah penemuan kedua tentang teknologi komunikasi. Hasil ketiga adalah bahwa perilaku peserta bervariasi tergantung pada tingkat pembagian politik masyarakat.

### **Fleksibilitas Pemanfaatan Media Sosial dalam Interaksi dan Komunikasi**

Kemampuan beradaptasi media sosial berkaitan dengan kesederhanaan penggunaannya. Siapapun boleh saja menggunakan media sosial untuk mencari, mendapatkan, dan menggunakan berbagai jenis informasi dalam batas-batas kebebasan berkomunikasi. Pengguna media sosial yang tidak terbagi dalam kelompok sosial, ekonomi, atau politik memanfaatkannya sebagai entitas pemrosesan dan distribusi kognitif yang fleksibel. Kemampuan beradaptasi media sosial ekonomi memungkinkan pengembangan dan peningkatan interaksi antara orang dan kelompok secara online yang tidak dibatasi oleh kelas sosial.

Platform media sosial online paling terkenal termasuk blog, Twitter, Facebook, Wikipedia, dan MySpace. Media sosial berkembang seiring dengan pertumbuhan aplikasi berbasis internet dua arah (Web 2.0), memungkinkan pengguna untuk berkontribusi, berbagi, dan menghasilkan materi dengan mudah untuk menghasilkan pemahaman bersama.

Ada platform tertentu yang dimiliki oleh media sosial, yang terdiri dari media baru, tetapi dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konten, dan konteks. (1) Saluran komunikasi antarpribadi, seperti telepon dan email, yang seringkali mengandung materi pribadi, mudah dilupakan, dan lebih menekankan membangun koneksi di atas penyampaian informasi, (2) Media interaktif berbasis komputer dan videogame menawarkan keunggulan dalam dominasi proses dan interaksi. (3) Media pencarian informasi, seperti internet, yang dipandang sebagai tempat penyimpanan

data dan perpustakaan yang nyata dan mudah tersedia, (4) Interaktif baru kolektif meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar pengetahuan, konsep, dan pertemuan pribadi sebagai serta untuk menjalin hubungan manusia. Contoh dasar pemanfaatan suatu perangkat media untuk menerima atau mentransfer informasi yang telah ditransmisikan atau didistribusikan oleh media lain, seperti siaran acara televisi, ada pada poin lima.

Menurut Pew Research tahun 2015, terdapat variasi di antara pengguna media sosial dalam hal usia, jenis kelamin, situasi sosial ekonomi, tingkat pendidikan, ras, suku, dan lokasi geografis (Perrin, 2015: 3). Audiens target transmisi informasi oleh integrator sosial, yang bertujuan untuk menyediakan materi yang seragam berdasarkan preferensi mereka, adalah beragam pengguna media sosial yang memiliki minat yang sama dalam pencarian informasi. Pengguna adalah konsumen informasi pasif dalam situasi ini, meskipun memiliki opsi untuk menyuarakan pemikiran mereka, yang memungkinkan pembuat pesan untuk terus membuat pesan demi keuntungan.

Pengguna media sosial dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan politik dipersatukan oleh kebiasaan dan perilaku yang terikat dengan budaya literasi yang menghambat membaca dan mencari kebenaran. Menurut situs Berita Satu, situasi masyarakat Indonesia secara keseluruhan tidak terhubung dengan budaya sastra dan tulisan, mereka menuntut gratifikasi cepat, dan daya kritis mereka masih rendah. Gejala ini tidak eksklusif bagi mereka yang berpendidikan rendah; banyak individu kelas menengah dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi juga tampak menjadi gila ketika terpapar informasi palsu. Tanpa memikirkannya, apakah informasi itu akurat atau sejalan dengan pandangan kelompok atau pribadi adalah satu-satunya alasan diterimanya.

Keanekaragaman pengguna ini dihubungkan oleh minat, yang menunjukkan penghinaan atau kasih sayang terhadap organisasi yang menurut mereka mampu memberikan layanan yang unggul. Pengejaran tujuan kekuasaan dan keuangan di tingkat atas atau lapisan atas masyarakat dapat mengikat kelompok sosial politik di dunia maya. Namun, mengingat posisi mereka sebagai masyarakat umum, tidak menutup kemungkinan mereka diikat oleh cita-cita sektarian, semangat subnasional, komunalisme, dan semangat pembersihan keyakinan yang berusaha menguat. Tentu saja, ada ikatan lain yang muncul dalam penggunaan platform media, yaitu kepentingan lain, yang mengacu pada rasa berbagi nasib yang sama dengan anggota masyarakat yang kurang beruntung, mereka yang kurang berpendidikan, dll. Karena maraknya perilaku hedonistik, beberapa kelompok pengguna bahkan mengabaikan sama sekali etika kehidupan berbangsa.

Ia digunakan sebagai alat untuk mencari informasi yang sesuai dengan tujuan konstruktif, seperti memberikan pembelajaran, pemahaman yang komprehensif tentang kehidupan berbangsa, dan mengartikulasikan keinginan untuk kehidupan yang lebih baik. Media sosial di tingkat massa menjadi tumpuan suara partai politik. Media sosial juga memiliki sisi yang lebih gelap di mana orang mencari informasi yang tidak menguntungkan orang dan kelompok yang tidak mereka sukai, seperti pesan

yang mengobarkan konflik antar kelompok, menghasut kebencian terhadap orang atau kelompok tersebut, mendukung orang atau kelompok tersebut, dan bersifat etnosentris, sektarian, komunis, atau memiliki semangat sub-nasional.

## **Perbedaan Stratifikasi Politik dalam Penggunaan Media Sosial**

Kelas penguasa dalam politik negara dan partai berpengaruh mempertimbangkan media sosial, yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi politik, untuk mengembangkan kontak politik dengan pengikutnya. Politisi, media berita, dan publik saling bertukar informasi dalam proses interaktif yang dikenal dengan komunikasi politik (Norris, 1999:163). Komunikasi politik mencakup pesan tentang bagaimana politisi, organisasi, advokat, dan kepentingan perusahaan mencapai tujuan strategis mereka dan mengelola opini publik untuk memengaruhi kebijakan publik.

Komunikasi politik kini terbuka dinamis di dunia maya berkat media sosial, bukan dominasi linier yang berjalan satu arah. Percakapan elektronik ini menjadi contoh efektivitas media sosial sebagai media baru. Dengan memanfaatkan media baru, pengguna dapat membuat jaringan yang paling komprehensif dan memproyeksikan identitas yang berbeda dari pengguna di dunia nyata.

Dalam upaya menarik dukungan, menggunakan media sosial untuk membangun sistem jaringan politik yang kuat merupakan pendekatan yang logis. Jaringan telekomunikasi politik adalah struktur metadis yang mengontrol bagaimana orang dan kelompok berinteraksi saat bertukar informasi politik. Alasan praktis untuk mempromosikan keterlibatan yang merangsang kontribusi dan komentar, transparansi tanpa isolasi di seluruh artikel surat kabar dan pemirsa yang dapat meningkatkan percakapan, adalah pengembangan sistem komunikasi politik yang memanfaatkan media sosial.

Tujuan penggunaan media sosial untuk tujuan ideologis adalah untuk mempertahankan kekuasaan atau untuk mendapatkan lebih banyak otoritas. Pengguna media sosial yang berbeda memiliki metode yang berbeda untuk menyebarkan berita politik. Para elit dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan, tetapi mereka juga dapat membuat pesan palsu untuk memenangkan pendukung. menggunakan informasi media sosial untuk memperkuat identitas subnasional, komunitarian, dan sektarian di tingkat massa. Dalam segmentasi ideologis masyarakat, ada pertukaran informasi politik yang berlangsung secara horizontal antara elit dan rakyat atau secara vertikal antara elit dan massa.

Menurut penjelasan Susanto (2015), legislator dan petinggi partai politik yang sangat terkait dan memiliki kekuatan untuk menetapkan kebijakan pemerintah dan negara merupakan lapisan pertama, atau pengambil keputusan proksimal. Lapisan kedua pembuat keputusan termasuk pemilik modal dan birokrat, bankir, pemimpin kelompok investasi dengan kemampuan untuk mempengaruhi politik, dan mereka yang dapat memengaruhi opini publik. Individu atau kelompok yang berpengaruh adalah mereka yang memiliki pengaruh politik yang signifikan dan pendapatnya dipertimbangkan.

Lapisan ketiga terdiri dari para aktivis, yang seringkali memiliki pengalaman yang luas menghadapi kesulitan dan kesulitan saat mengelola sebuah organisasi. Mereka yang memiliki hak paling banyak memegang peran dalam partai politik dan diberi preferensi dalam pemilihan legislator dan otoritas politik lainnya. Warga negara yang berpartisipasi dalam politik dan pemerintahan termasuk dalam kategori ini. Organisasi politik, pejabat menengah, redaktur media daerah, dan penulis membentuk kelompok ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pengguna media sosial individu, kolektif, atau institusional dapat mengirim dan menerima pesan selama komunikasi online. Posisi sosial, ekonomi, dan politik dalam masyarakat tidak membatasi bagaimana media sosial dapat digunakan.

Berkat bantuan teknologi digital yang dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih cepat, media sosial memiliki kapasitas untuk melayani infrastruktur dengan cepat kepada pelanggan atau pengguna media sosial lainnya. Manfaat ini mendiskreditkan reportase media massa tradisional, yang memerlukan prosedur berbelarut-larut dan penilaian keseimbangan data dari sumber informasi yang dapat dipercaya.

Pembagian politik di antara pengguna media sosial terkait dengan variasi dalam cara mereka bereaksi terhadap informasi, tetapi mereka memiliki komitmen yang sama untuk membantu jaringan komunikasi politik dalam mencapai tujuan mereka.

Saran diharapkan penggunaan media sosial dalam berpolitik sangat penting di era digitalisasi seperti saat ini, namun penggunaan dapat dimaksimalkan dengan konten-konten yang lebih positif sehingga publik dalam hal pengguna media sosial dapat menerima pemberitaan yang lebih objektif, transparan dan terpercaya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Curran, J. and Gurevitch, M.(red), *Mass Media and Society*, London: Arnold. Search in. Golding, P., & Murdock, G. (1996). *Cultural, Communication, and Political Economy*.  
Graham, P. (2002). *Hypercapitalism: language, new media and social perceptions of value*. *Discourse & Society*, 13(2), 227-249.  
Louw, E. (2005). *The media and political process*. Sage.  
Mosco, V. (2000). *The political economy of communication: Rethinking and renewal*.  
Wasko, J., Murdock, G., & Sousa, H. (Eds.). (2011). *The handbook of political economy of communications*. John Wiley & Sons.  
Dewi, E. A. S. (2018). *Komunikasi Politik Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam Menyosialisasikan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*. *Sosiohumaniora*, 20(2), 188-198.  
Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.  
Kusuma, Y. (2021). *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*. *Jurnal Sudut Pandang*, 2(5), 1-5.  
Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.

- Sihabudin, H. A. (2022). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Bumi Aksara.
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018, September). Komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi dalam media baru di Indonesia (Ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco pada Line Webtoon). In *National Conference of Creative Industry*.
- Subiakto, H. (2015). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi*. Prenada Media.
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2017). Pemanfaatan media sosial melalui whatsapp group FEI sebagai sarana komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2).
- Susanto, E. H. (2022). *Komunikasi & gerakan perubahan: kemajemukan dalam konstelasi sosial, ekonomi, politik*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)*. Jakad Media Publishing