



Cyberspace Sebagai Pembentuk Komunikasi Politik Di Era Digital

Cyberspace As A Shaper Of Political Communication In The Digital Era

A'ang Chaarnaillan¹⁾; Ahmad Saudi²⁾; Hanifahturahmi³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP)
Persada Bunda, Pekanbaru

Email: ¹⁾ chaarnaillan@gmail.com; ²⁾ ahmadsaudi9145@gmail.com; ³⁾ hanifahturahmi20@gmail.com

How to Cite :

Chaarnaillan, A. Saudi, A. Hanifahturahmi (2023). Cyberspace Sebagai Pembentuk Komunikasi Politik Di Era Digital. *SENGKUNI Journal-Social Sciences and Humanities*, 4(2). DOI: <https://doi.org/10.37638/sengkuni.4.2.401-412>

ARTICLE HISTORY

Received [25 November 2023]

Revised [30 November 2023]

Accepted [01 Dcember 2023]

Published [31 December 2023]

KEYWORDS

Cyberspace, New Media, Political Communication, Digital Era.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Budaya digital telah mengubah total gaya hidup dan ideologi masyarakat, menciptakan ketergantungan yang sangat dahsyat dan haus akan informasi. Fenomena cyberspace tentu berakibat pada penyempitan ruang, waktu, dan jarak sehingga saling terkoneksi satu sama lain. Banyaknya masyarakat yang aktif di dunia maya (cyberspace) seharusnya dapat dijadikan sebagai wadah untuk menyampaikan pandangan, kritik dan sebagai ruang diskusi publik. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui peranan cyberspace sebagai pembentuk komunikasi politik serta fungsi dan proses komunikasi politik yang telah memasuki era digital. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui literatur-literatur yang relevan dengan tema yang dibahas. Dari hasil tinjauan pustaka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dengan teknologi internet telah meninggalkan metode komunikasi politik yang konvensional, namun media konvensional tidak dapat diabaikan dalam proses komunikasi politik, karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media online (internet). Perubahan komunikasi politik di internet tentu akan membawa manfaat yang tidak terduga. Komunikasi politik di era digital menjadi fenomena baru yang tidak muncul pada era sebelumnya. Dari hasil tersebut diharapkan artikel ini dapat memberi wawasan yang lebih luas dan pemahaman baru terhadap perkembangan konsep dan praktik komunikasi politik di era digital.

ABSTRACT

Digital culture has completely changed people's lifestyles and ideologies, creating a very powerful dependence and a thirst for information. The phenomenon of cyberspace certainly results in a narrowing of space, time, and distance so that they are connected to each other. The large number of people who are active in cyberspace should be used as a forum to convey views, criticism and as a space for public discussion. The purpose of writing this article is to find out

the role of cyberspace as a shaper of political communication and the functions and processes of political communication that have entered the digital era. The research method used in writing this article is a literature study with a qualitative descriptive approach through literature that is relevant to the theme discussed. From the results of the literature review, it can be concluded that the use of social media with internet technology has abandoned conventional political communication methods, but conventional media cannot be ignored in the process of political communication, because it has advantages that are not owned by online media. Changes in political communication on the internet will certainly bring unexpected benefits. Political communication in the digital era is a new phenomenon that did not appear in the previous era. From these results, it is hoped that this article can provide a broader insight and new understanding of the development of the concept and practice of political communication in the digital era.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, bertepatan dengan pesatnya perkembangan Teknologi Informasi serta Komunikasi (TIK) memberikan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, baik ekonomi, politik, maupun sosial budaya. Fenomena ini tidak lepas dari semakin meningkatnya tingkat penetrasi internet di Indonesia. Pada periode tahun 2021-2022, hasil survei menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan. Beberapa lembaga menaruh perhatian terhadap dinamika pengguna internet di Indonesia ini telah memberikan data ke arah adanya peningkatan pengguna internet tersebut.

We Are Social merilis laporan tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia periode tahun 2021-2022 sebesar 73,7%. Jumlah itu naik tipis 1,03% dari tahun sebelumnya. Sementara itu Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan penetrasi pengguna internet di Indonesia pada periode 2021-2022 sebesar 77,02%. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya (Bayu, 2022). Peningkatan jumlah pengguna dan pemakaian internet di Indonesia sangat dipengaruhi pandemi covid-19. Melihat kecenderungan meningkatnya persentase penetrasi internet tersebut, menjadi indikator bahwa peran internet atau media baru (*new media*) akan terus semakin meningkat.

Banyaknya masyarakat yang aktif di dunia maya (*cyberspace*) seharusnya dapat dijadikan sebagai wadah untuk menyampaikan pandangan, kritik dan sebagai ruang diskusi publik. Berbagai macam isu dan topik yang diangkat dari berbagai sumber memicu persepsi kritis pada khalayak ketika menilai dan melihat suatu peristiwa tertentu. Konsekuensi selanjutnya adalah munculnya masyarakat yang paham akan politik.

Penetrasi Internet melalui *cyberspace* merupakan pertimbangan nilai-nilai demokrasi seperti nilai kesamaan (*egalitarian*), nilai kesukarelaan (*voluntarism*), maupun juga praktik berjejaring (*networking*) yang populer dan diterima secara luas di masyarakat. Dengan demikian, masyarakat akan dengan mudah dan cepat membentuk *peer group* berdasarkan kepentingan bersama dan isu spesifik tertentu. Adanya ruang yang dinamis dan heterogen inilah yang membuat publik menjadi pengguna internet aktif dan pasif dalam *cyberspace*. Hubungan yang tercipta antara *cyberspace* dan demokrasi

memiliki dua tujuan utama, yakni 1) preservasi dan 2) aktivisme. Makna preservasi dapat dilihat bahwa *cyberspace* merupakan ruang demokrasi, sedangkan aktivisme merujuk pada makna terbentuknya gerakan politik (Jati, 2016).

Penggunaan Internet dalam ruang *cyberspace* membentuk ruang publik baru di Indonesia. Munculnya ruang publik baru ini telah mempengaruhi persepsi publik di kalangan politik. Publik telah menjadi individu yang bijaksana tentang perkembangan politik di Indonesia. Di ruang publik ini, masyarakat bebas menyampaikan pendapatnya dan seringkali berujung pada lahirnya opini-opini baru yang berujung pada persepsi orang lain.

Perkembangan demokrasi di Indonesia mengalami perubahan pada bidang demokrasi digital dengan menggabungkan konsep demokrasi perwakilan dan demokrasi partisipatif untuk menjelajahi dunia maya dan sosial dengan cepat. Demokrasi digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi komunikasi untuk mendorong partisipasi publik dalam demokrasi (Bell, 2004). Berkat Internet, publik dapat melakukan berbagai eksperimen dan inovasi dalam desain komunikasi di depan representasi politik mereka dari kebijakan yang diterapkan.

Kemajuan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi, termasuk dalam komunikasi politik. Komunikasi politik adalah komunikasi antara aktor politik dengan konstituennya atau publik, oleh karena itu kehadiran teknologi komunikasi termasuk internet telah mengubah model utama komunikasi antar aktor politik. Dengan pergeseran komunikasi ini, penelitian telah berkembang tentang bagaimana memenangkan pemilihan umum melalui media baru, termasuk media sosial. Kehadiran media baru ini untuk menjangkau banyak orang telah membawa wawasan baru ke dalam aktivisme politik tidak hanya secara langsung dalam kampanye, tetapi juga melalui media baru seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* untuk menyebarkan pesan-pesan politiknya.

Kekuatan media internet kemudian digunakan oleh aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap mereka dengan membangun *image* di mata publik. Aktor politik menjadikan media internet sebagai cara yang ideal untuk berkomunikasi dengan publik, seperti mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan publik, mempengaruhi, mengundang, dan menginformasikan kepada publik melalui apa yang mereka bagikan di jejaring sosial mereka. Komunikasi yang dilakukan seperti ini disebut dengan komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan bagian dari kegiatan politik yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik yang dilakukan oleh politisi untuk tujuan politik. Komunikasi politik seringkali lebih cepat dilakukan oleh para aktor politik saat melakukan kampanye. Strategi kampanye biasanya dilakukan melalui pengumpulan massa atau mendatangi langsung, namun dapat pula melalui media seperti baliho, poster, bendera, media massa cetak maupun elektronik bahkan media internet (Anshori, 2018).

Media dalam komunikasi politik memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pandangan dan perilaku pemilih (publik) melalui informasi, laporan, kritik dan investigasi yang disajikan kepada mereka. Beberapa pakar komunikasi politik telah mengemukakan peran media dalam proses politik. Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian penyusun politik, tetapi media massa juga merupakan pusat politik (Pawito, 2009).

Komunikasi politik membuat sistem politik hidup dan dinamis. Inilah pentingnya fungsi komunikasi politik dalam praktik politik. Praktik komunikasi politik dewasa ini sudah memasuki era digital apalagi dengan semakin besarnya jaringan internet yang menjangkau pelosok tanah air dan global membuat kegiatan komunikasi politik menjadi semakin luas dan substansinya bertambah lagi. Jika pada dua dekade lalu komunikasi politik masih berbasis konvensional dan berskala terbatas, sekarang situasinya

berubah dengan jaringan internet yang lebih luas khalayak juga dapat menjangkau secara nasional bahkan global.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta pemikiran-pemikiran baru yang lebih mendalam terhadap peranan *cyberspace* sebagai pembentuk perkembangan praktik dan konsep komunikasi politik yang telah memasuki era digital. Bagaimana fungsi dan proses komunikasi politik dalam era digital, sehingga untuk mencapai kepada publik yang lebih luas telah dimanfaatkan jaringan internet termasuk media sosial yang sudah dikenal oleh publik. Diharapkan artikel ini dapat memberi wawasan yang lebih luas dan pemahaman yang baru terhadap perkembangan komunikasi politik pada era digital.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif dimana pendekatan ini memfokuskan diri pada sisi tertentu pada suatu fenomena. *Library research* adalah metode yang mengelaborasi berbagai macam literatur baik berupa buku, jurnal, maupun literatur yang relevan dengan tema yang dibahas. Metode kepustakaan ini dipilih karena penulis memadukan hasil temuan bertema sama sebagai kajian pendahuluan (*preliminary research*) dengan kajian kekinian (Zed, 2014).

Penulis menggunakan metode ini karena artikel ini hanya menggunakan sumber pustaka dan tidak melakukan penelitian lapangan secara langsung. Metode deskriptif berguna untuk menjelaskan secara umum temuan-temuan pustaka yang diperoleh penulis mengenai topik yang dibahas. Hal ini untuk memverifikasi kajian terdahulu, serta untuk menemukan keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Cyberspace Sebagai Pembentuk Komunikasi Politik

Cyberspace (dunia maya) adalah sebuah ruang virtual atau ruang elektronik dimana masyarakat virtual terbentuk melalui komunikasi yang tertanam dalam suatu jaringan informasi. *Cyberspace* juga dapat diartikan sebagai tempat berlangsungnya aktivitas elektronik (*Imaginary Location*) dan juga sebagai massa virtual yang dibentuk oleh komunikasi dalam jaringan komputer yang saling terhubung (*interconnected computer networks*). Dengan kata lain, *cyberspace* adalah ruang tak kasat mata yang hubungan komunikasinya sedemikian rupa sehingga informasi menyebar, dan tidak ada jarak fisik antara setiap pengguna, juga tidak dapat dibatasi oleh kedaulatan negara (Munir, 2017).

Istilah *cyberspace* digunakan hanya untuk merujuk pada jaringan yang sekarang dikenal sebagai Internet. Menurut Stefan Fenz, *cyberspace* adalah metafora (kiasan) yang dibuat oleh sistem komputer untuk menggambarkan wilayah atau ranah yang sebenarnya tidak ada. Ruang ini mewakili dunia nyata melalui interaksi antara objek virtual dan pengguna. Misalnya, sistem online menciptakan ruang maya di mana setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain melalui email, penelitian, dan bahkan mencari bahan makanan (Fenz, 2005).

Menurut Briggs dan Burke, istilah *cyberspace* (dunia maya) pertama kali dipopulerkan oleh penulis fiksi ilmiah William Gibson. Scott Bukatman seorang penulis Amerika terpesona oleh ekspresi budaya perubahan teknologi, dunia maya, bahasa dan ekspresi mewakili "lambang sejati budaya media" (Briggs dan Burke, 2006).

Cyberspace telah menjadi media baru yang memiliki bentuk berbeda dengan televisi tetapi menjadi sebuah bacaan yang tak bersensor. Barker menjelaskan bahwa *cyberspace* secara konseptual adalah “tempat tanpa ruang”, dimana kata, hubungan, data, status, kekayaan dan kekuasaan dimunculkan oleh orang-orang yang menggunakan teknologi komunikasi dengan perantara komputer (Barker, 2009). Perkembangan *cyberspace* benar-benar fenomenal karena menawarkan banyak ruang publik yang dapat dieksplorasi dari berbagai latar belakang. Namun, dunia maya tidak lepas dari konten ekonomi, karena dalam perkembangannya, dunia maya banyak digunakan oleh pasar, industri, dan perusahaan dunia maya (Sholikin, 2019).

Internet kini telah menjadi salah satu hal terpenting dalam masyarakat dengan perkembangan teknologi. Penetrasi internet di masyarakat Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut data yang dihimpun APJII terdapat 205 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022, jumlah ini meningkat 1% dibandingkan periode tahun sebelumnya (2021) sebanyak 203 juta pengguna (APJII, 2022). Melihat tren tersebut, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya mengingat terintegrasinya dan intensitas internet dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pengguna internet (*netizen*) aktif di Indonesia mayoritas didominasi oleh kelompok usia 15-19 tahun (91%), disusul oleh kelompok usia 20-24 tahun (88,5%). Rata-rata pengguna mengakses internet untuk membuka sosial media (51,5%) dan berkomunikasi (32,9%) (APJII, 2021). Artinya, selain mendominasi jumlah populasi di Indonesia, kaum muda (*milenial*) juga mendominasi penggunaan internet, atau lebih spesifiknya penggunaan media sosial. Penggunaan internet masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dengan persentase 43,92%. Sumatera berada di peringkat kedua dengan 16,63%. Sisanya 60,53% terkonsentrasi di Indonesia Tengah dan Timur (Kalimantan, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua) (APJII, 2022). *Milenial* merupakan pangsa pasar terbesar sebagai pengguna internet aktif. Hal ini bisa terjadi karena kelompok ini selalu memiliki kecenderungan ingin tersambung dengan berbagai macam media sosial yang ada, Seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Line*, *Twitter*, *Telegram*, *Youtube*, dan lainnya.

Internet menciptakan jenis media baru yang disebut media baru (*new media*). *New media* adalah salah satu bentuk komunikasi massa digital. Media merupakan pembawa informasi yang berkaitan dengan masyarakat dan publik (*masyarakat*) pada umumnya, yang dikelola secara profesional dan bertujuan untuk mencari keuntungan (Mondry & Risman, 2016). Sementara itu, Effendy menjelaskan bahwa media massa digunakan dalam komunikasi ketika medianya besar dan tinggalnya jauh (Efendy, 2003).

Adanya temuan bahwa banyaknya fitur media sosial yang diakses oleh kaum *milenial* tersebut menunjukkan adanya gejala *overconnected* (Yuswohady, 2013). Gejala tersebut menunjukkan adanya intensitas tinggi bagi kelas menengah (*milenial*) Indonesia untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi satu sama lainnya berdasarkan kesamaan tema, isu, maupun kepentingan. Adanya komunikasi lewat sosial media yang saling berjejaring tersebut menghasilkan masyarakat berjejaring (*network society*). Pengertian masyarakat berjejaring tersebut terbentuknya ikatan kewarganegaraan *online* berdasarkan pada kesamaan minat isu dan topik. Perkembangan globalisasi mutakhir menempatkan bahwa saluran komunikasi, publik, maupun juga agen advokasi kebijakan tidak lagi berada dalam ranah lingkup nasional, namun juga merambah ranah internasional.

Perilaku tersebut memiliki implikasi yang simetris dalam membentuk sebuah preferensi publik dalam melihat dan menilai sebuah realitas. Media sosial menjadi sebuah ruang yang sangat efektif dalam mempengaruhi preferensi dan orientasi publik.

Menguasai ruang siber menjadi lebih penting dan terasa efeknya dibandingkan dengan sosialisasi pada media konvensional. Media sosial menjadi media yang sangat efektif karena dapat menampilkan proses penyampaian pesan secara egaliter, langsung, dan dialogis daripada media konvensional yang ada saat ini (Sholikin, 2019).

Denis Mc Quail menjelaskan media telematik atau media baru tersebut memiliki beberapa ciri utama yaitu: (a) Proses komunikasi berbentuk desentralisasi, yaitu pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi. (b) Sistem teknologi komunikasi mempunyai kemampuan tinggi, yang pengantaran melalui kabel dan satelit. Pengantaran tersebut mampu mengatasi hambatan komunikasi dikarenakan pemancar lainnya. (c) Komunikasi timbal balik (interaktivitas) yaitu penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung. (d) Terdapat kelenturan bentuk, isi dan penggunaan (Mc Quail, 2011).

Memasuki era reformasi, pemanfaatan media internet dalam komunikasi politik menjadi fenomena baru yang saat ini berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini bisa dilihat pada momentum pemilihan presiden tahun 2014 yang menunjukkan bahwa penggunaan internet secara masif pertanda bahwa *cyberspace* mampu menjadi instrumen baru dalam proses peningkatan dan pendalaman (*deeping*) demokrasi di Indonesia (Sholikin, 2019). Banyaknya pengguna internet di Indonesia turut andil dalam merebaknya aktivitas politik yang dikenal dengan *cyberpolitics*, penggunaan media online sebagai alat komunikasi politik. Pemilihan presiden 2014 adalah contoh nyata penggunaan Internet, khususnya media sosial, dalam komunikasi politik.

Komunikasi politik merupakan aktivitas pesan orang-orang yang melakukan kegiatan politik, dalam bentuk mempengaruhi dan menstimulus orang lain untuk melakukan kegiatan politik, baik pada tingkatan hubungan antar suprastruktur dan infrastruktur. Pesan itu berlangsung untuk mengikuti perubahan dan perkembangan informasi yang diinginkan dalam masyarakat. Sang aktor atau komunikator politik dan bisa juga disebut sekaligus partisipan politik dapat mengerti bahwa isi, tujuan dan keinginan pesan politik yang disampaikan adalah untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik. Komunikasi politik layaknya darah yang mengalirkan pesan-pesan politik berupa tuntutan, protes dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke dalam inti proses sistem politik; dan hasil proses itu tersimpul dalam fungsi-fungsi output, dialirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi feedback sistem politik (Waluyo, 2019). Demikian adalah arti penting fungsi komunikasi politik dalam praktik politik yang menjadikan sistem politik itu hidup dan dinamis.

Praktik komunikasi politik saat ini di era reformasi dan di era digital dengan jaringan internet yang semakin masif, dapat menjangkau pelosok tanah air dan seluruh dunia membuat praktik komunikasi politik semakin luas dan signifikan. Jika dalam beberapa dekade terakhir, praktik komunikasi politik masih didasarkan pada komunikasi massa konvensional yang ukurannya terbatas dan dengan segmen publik yang tidak begitu besar, tetapi dengan Internet yang lebih luas situasinya telah berubah, sehingga publik dapat dicapai secara nasional bahkan di seluruh dunia.

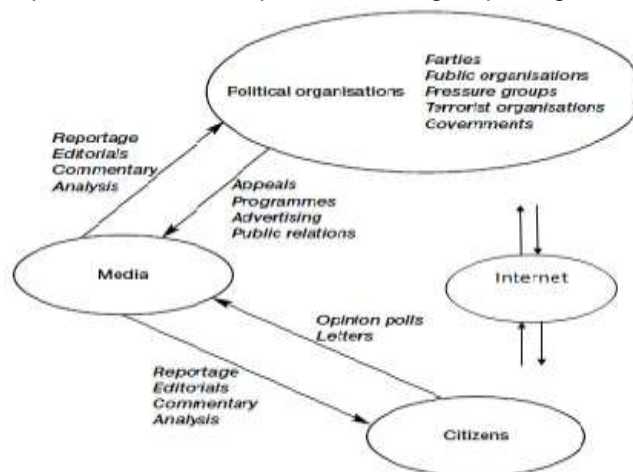
Proses Komunikasi Politik di Era Digital

Dengan berkembangnya dunia Teknologi Komunikasi dan Informatika (TIK), dalam mendukung dinamika kehidupan politik yang demokratis, tersedianya media komunikasi baru melalui internet merupakan peluang bagi kemajuan proses demokrasi di Indonesia. Internet dengan media sosialnya kini telah memberi kesempatan bagi segenap masyarakat Indonesia yang akan berpartisipasi dalam kehidupan politik yang demokratis. Terkait kebutuhan tersebut, maka media sosial bisa menjadi wahana atau ruang partisipasi politik masyarakat yang cukup potensial.

Mengawali pemahaman atas komunikasi politik di media sosial, maka penting mengemukakan pengertian komunikasi dan komunikasi politik. Ada berbagai definisi mengenai komunikasi, menurut Cangara pada dasarnya definisi tersebut tidak lepas dari substansi komunikasi itu sendiri. Saripatinya bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pemberi pesan (komunikator) melalui media tertentu kepada penerima pesan (komunikan) (Cangara, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut maka bisa dipahami bahwa pertama, dalam proses komunikasi selalu melibatkan dua pihak atau lebih, pemberi pesan dan penerima pesan. Kedua, adanya pesan yang disampaikan, pesan itu sendiri bisa dalam beragam bentuk: kata, gambar, teks, simbol dan sebagainya. Apapun bentuk pesannya, inti yang diharapkan adalah adanya kesamaan pemahaman antara komunikator dan komunikan atas pesan tersebut. Pengertian lain bahwa komunikasi terjadi dalam hubungan interaksi antara pihak satu dengan pihak lainnya.

Selanjutnya pengertian komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Kerangka yang diberikan ilmu komunikasi bagi komunikasi politik adalah sebagaimana digambarkan dalam paradigma Laswell di muka: siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan dengan akibat apa. Paradigma ini mengklaim bahwa unsur-unsur komunikasi tersebut berlaku dalam setiap proses komunikasi, dan berlaku inheren dalam komunikasi politik (Fatoni, 2008).

Secara teoritik, Pixy Ferris mendefinisikan komunikasi yang menggunakan media internet sebagai interaksi secara interpersonal yang dihubungkan melalui komputer, yang meliputi komunikasi *asynchronous* dan *synchronous* data melalui fasilitas internet. Internet merupakan salah satu media komunikasi yang saat ini telah berkembang menjadi bagian integral bagi masyarakat, pendidikan, industri, dan pemerintahan. Salah satu konsep yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep *Computer Mediated Communication* (CMC) yaitu interaksi antar manusia melalui teknologi komputer. Internet menawarkan berkarakter dan pola baru dalam berkomunikasi yakni langsung, terdesentralisasi, dua arah, interaktif dan berjaringan (*networking*). Dengan penggunaan internet ini, maka dapat dilihat bagaimana proses komunikasi politik di era digital pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Komunikasi Politik di Era Internet Dimodifikasi dari McNair (Hasfi, 2019)

Internet membuka kanal komunikasi langsung antara publik (*citizen*) dengan elite yang semula harus dimediasi oleh institusi *pers*. Internet yang dalam artikel ini difokuskan pada media sosial berkarakter interaktif karena telah berbasis *Web 2.0* (Tim O'Reilly, 2005). Karakter tersebut berbeda dengan media tradisional (cetak, elektronik) sebagaimana dikemukakan oleh Holmes yang mengurai perbedaan karakter internet dengan televisi yang dalam hal ini dapat mewakili media tradisional. Pertama, internet memiliki karakter terdesentralisasi (*decentralized*) sementara televisi tersentralisasi (*centered*) (Holmes, 2005). Karakter ini merubah proses komunikasi politik yang sebelumnya dari satu orang ke banyak orang (*one to many*) kini menjadi dari banyak orang ke banyak orang (*many to many*). Karakter ini mengurangi kekuasaan elite yang semula menjadi komunikan aktif, dan mengemansipasi publik yang kini menjadi publik aktif.

Dalam praktiknya, komunikasi politik yang dimediasi oleh media tradisional memungkinkan adanya hambatan (*barriers*) berupa praktik kekuasaan yang diterapkan melalui unsur-unsur komunikasi politik. Elemen-elemen komunikasi politik yaitu media, elite (aktor), dan publik, tidak ada dalam ruang hampa. Setiap elemen memiliki fungsi administratif yang mempengaruhi dampak pesan yang dibangun dalam komunikasi politik. Mereka yang dominan adalah kelompok yang menguasai sebagian besar sumber daya terutama media (*channel*) (Hasfi, 2019). Sebagai contoh di Indonesia, diasumsikan bahwa media dalam proses komunikasi politik seringkali menjadi ruang publik yang memberikan ruang bebas bagi publik untuk menyampaikan pendapatnya. Namun pada kenyataannya, harapan tersebut tidak terpenuhi, karena elit menguasai media massa di Indonesia. Pada akhirnya, peran media sebagai ruang partisipasi publik semakin melemah karena media semakin banyak digunakan sebagai alat para elite untuk meraih kekuasaannya. Media tidak lagi mengatur presentasi publik.

Publik yang bisa menggalang kekuatan bersama menggunakan Internet untuk memperjuangkan kepentingannya. Publik (*citizen*) bisa membentuk jaringan sosial yang memungkinkan mereka berkoodinasi, membuka ruang debat politik, membangun ruang publik yang interaktif, memobilisasi hingga mengkoordinasi aksi kolektif. Kedua, internet membuka komunikasi dua arah (*two way of communication*) sementara televisi hanya satu arah (*one way communication*). Media sosial misalnya, merupakan ruang yang memungkinkan para aktor demokrasi dapat berkomunikasi langsung dua arah yang sebelumnya tidak dilakukan di televisi. Bahkan saat ini publik bisa berbicara langsung dengan presiden melalui akun media sosial. Ketiga, internet memiliki kemampuan menghindari kontrol kekuatan tertentu, sementara televisi mudah dikontrol (Hasfi, 2019). Casstell menyebut bahwa masyarakat yang ada di internet masyarakat jaringan (*network society*) yang membangun jaringan antar tak terbatas yang tidak dapat disensor dengan mudah. Jaringan itu bisa berupa jaringan informasi, jaringan warga sipil, jaringan perusahaan, dll. Sementara televisi merupakan media elektronik yang masih mudah dikontrol oleh segelintir orang saja, misalnya dalam kasus Indonesia yakni konglomerat yang memiliki media (Casstell, 2009).

Penggunaan internet untuk kegiatan politik kini semakin marak di Indonesia. Hal ini setidaknya disebabkan oleh dua faktor. Pertama, sistem politik Indonesia yang semakin demokratis. Setelah reformasi, perkembangan pers dan kebebasan berkumpul, berserikat dan berpendapat meningkat. Alhasil, di era reformasi ini siapapun bisa leluasa menggunakan dunia maya untuk menyampaikan ide, pemikiran, bahkan tuntutan dan tekanan kepada pemerintah atau penguasa. Dari ruang inilah lahir ruang publik di dunia maya (*cyberspace*). Penguatan demokrasi tidak terjadi secara *offline* melainkan di ruang siber. Faktor lainnya adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di media massa (Heryanto, 2011). Semakin luas perkembangan ini di media, semakin mudah diakses oleh publik. Masyarakat bahkan

sering menggunakan teknologi mesin pencari (*search engine*) seperti *google* sebagai sumber informasi utama mereka. Masyarakat sangat mudah mendapatkan informasi tentang lingkungan sekitar karena banyak media cetak, televisi dan radio di Indonesia kini sudah terkoneksi secara online. Dengan begitu, informasi yang beredar di masyarakat termasuk konten politik sangat mudah untuk diakses.

Komunikasi Politik di Era Digital

Teknologi digital merupakan variabel yang sangat berpengaruh dalam mengubah gaya komunikasi politik. Media internet merupakan hasil revolusi teknologi komunikasi dan informasi (TIK) di era digital saat ini. Media sosial saat ini dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang termasuk bidang ekonomi, pendidikan, budaya dan politik. Dengan revolusi industri ini diharapkan mampu menjadi alat untuk berbagi informasi dari berbagai segi kehidupan.

Media sosial telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, media sosial memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk komunikasi satu arah. Fenomena ini berbeda dengan media *online*, di mana media *online* telah mengubah cara berbagi ide dan informasi dengan membagikannya di komunitas dan jaringan *online*. Media sosial telah merambah dan penggunaannya semakin meningkat di masyarakat, termasuk di kalangan aktor politik. Agar para aktor politik dapat menyampaikan pesannya kepada pendukung atau komunitas pemilih secara langsung melalui media sosial, dimana internet telah menjadi mediator dan *platform* yang baik untuk proses komunikasi dan kampanye politik untuk menyampaikan visi, misi dan program kerja dari partai dan kandidat politik bertarung dalam kontes politik. Informasi yang ditransmisikan melalui media sosial dalam proses komunikasi politik adalah informasi pribadi aktor politik. Media sosial menjadi alat komunikasi politik membangun berbagai opini dari masyarakat pemilih. Opini-opini inilah yang diolah dan dimanfaatkan bagi partai politik dan politisi untuk mendapatkan simpati dan dukungan masyarakat.

Proses komunikasi politik akhir-akhir ini telah mengalami perubahan yang mendasar. Dalam era globalisasi dengan hadirnya internet telah memungkinkan masyarakat dunia untuk mengakses dan menggunakan jaringan internet untuk keperluan komunikasi politik yang lebih massif. Faktor dominan yang menjadi penggerak perkembangan dan perubahan sosial yaitu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Marshall McLuhan melukiskan kondisi dunia sebagai *the global village* (*desa global*). Media baru seperti internet telah mengubah cara berpikir, berperasaan dan bertindak manusia. Manusia dan masyarakat dunia termasuk masyarakat Indonesia, berada ditengah-tengah revolusi atau perubahan sosial yang belum pernah dipahami sama sekali.

Dengan meningkatkan kemungkinan komunikasi antara aktor kunci dalam masyarakat, seperti elit politik dan warga negara media digital menciptakan platform untuk komunikasi dan keterlibatan politik. Berdasarkan karakteristik baru Internet yang tidak dimiliki media tradisional hal ini mendorong kesetaraan dan jejaring (*network*). Dalam proses demokrasi, diperlukan penciptaan forum verifikasi dan pertukaran informasi, pengembangan diskusi publik, pengembangan debat dan partisipasi warga dalam pengambilan keputusan politik.

Proses demokrasi sangat bergantung pada komunikasi politik. Transformasi juga terjadi dalam komunikasi politik, salah satu komponen kunci dari proses demokrasi. Efek dari praktik percakapan politik yang mencakup komunikasi yang dimediasi oleh dunia maya dan diskusi yang berlangsung di ruang nyata telah dibawa oleh Internet sebagai media baru. Politik dulunya dikomunikasikan melalui orasi atau pidato yang ditujukan untuk para pemimpin masa depan, namun saat ini juga dilakukan secara publik dan melalui *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan

YouTube, Internet, Cyberspace (kampanye siber) (Hia & Siahaan, 2021). Menurut Cangara, para teknolog idealis yang mengembangkan internet yakin bahwa kehadiran media baru berupa internet dengan cepat akan menyebarluaskan nilai-nilai baru untuk memperkuat demokrasi ke seluruh dunia, terutama dalam membangun pemerintahan yang lebih transparan (Cangara, 2009).

Internet (*interconnected network*) merupakan sekumpulan jaringan yang berskala global yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia sehingga setiap komputer yang terkoneksi di dalamnya dapat berkomunikasi atau bertukar data tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat (Sarwono, 2012). Sejumlah kelebihan yang dimiliki media internet, yaitu: (a) menembus batas wilayah, ruang, dan waktu; (b) memperluas akses memperoleh informasi global; (c) meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas; (d) mengancam tatanan yang telah mapan, seperti pemerintahan otokrasi; (e) memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit diatasi. Dengan demikian, proses komunikasi politik melalui media internet tentunya akan sangat kuat menyebarkan informasinya secara global tanpa ada hambatan yang berarti.

Dalam praktik komunikasi politik, walaupun belum begitu massif memaksimalkan media sosial (*Facebook, Twitter dan YouTube*) penggunaan media *online* untuk berkampanye sudah dimulai. Kecenderungan pola penggunaan media baru ini berbarengan dengan kesadaran pihak kandidat akan efektivitas pengaruh media *online* dan kecenderungan masyarakat yang semakin tinggi dalam mengakses internet. Kekuatan media sosial untuk mempengaruhi masyarakat didasarkan secara eksklusif pada aspek sosialnya, ini berarti interaksi dan partisipasi yang dapat dilakukan melalui kampanye sebagai bagian dari proses komunikasi politik dengan khalayak. Kampanye merupakan penyampaian pesan dari pengirim kepada khalayak. Layanan jaringan sosial yang khas dapat berbagi konten, komunitas *web*, dan forum internet media sosial. Sejauh penggunaan media sosial melalui *platform Facebook, Twitter dan Youtube* maka kandidat politik akan terus berinteraksi dengan pendukung dan menerima dukungan dalam bentuk sumbangan dan relawan. Media *mainstream* yang sudah ada seperti media cetak surat kabar, tabloid, dan majalah serta media elektronik (televise dan radio), maka internet yang hadir ditengah komunitas sosial masyarakat dunia memberi pengaruh secara langsung dalam berbagai aktivitas politik (Yodiansyah, 2017). Tidak terhindarkan, proses komunikasi politik kini tidak dapat mengabaikan internet sebagai saluran paling efektif karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki media konvensional sebelumnya.

Dalam konteks kajian-kajian komunikasi politik, teknologi internet membawa dampak yang sangat signifikan terkait diseminasi arus informasi politik, baik secara *top down* maupun *bottom up*. Penggunaan media sosial dengan menggunakan teknologi internet memungkinkan siapa saja untuk berkomunikasi tentang politik kapan pun mereka mau. Konten politik lebih mudah ditemukan di akun media sosial orang karena aksesnya sangat terbuka. Publik memiliki kebebasan untuk berkomunikasi secara politik, seperti mengomentari kebijakan politik yang dirumuskan oleh elit politik. Itulah sebabnya terjadi dua tingkat komunikasi sekaligus, yaitu komunikasi pada tingkat interpersonal dan komunikasi pada tingkat komunikasi massa. Kondisi demikian menimbulkan pesan yang terdesentralisasi, karena produsen dapat sekaligus menjadi konsumen dan sebaliknya; komunikasi dua arah antara produsen dan konsumen; kendali pesan berada di luar kendali negara; demokrasi terbentuk; dan berorientasi pada individu (Junaedi, 2011).

Internet memiliki pengaruh yang semakin besar dalam politik Indonesia, baik secara positif maupun negatif. Jelas bahwa akan selalu ada tumpang tindih dengan pengertian komunikasi politik *online* ketika membahas komunikasi politik Indonesia di

masa depan. Tumbuhnya aktivitas yang dikenal dengan *cyberpolitics* penggunaan media *online* sebagai sarana komunikasi politik dipengaruhi oleh jumlah pengguna internet di Indonesia. Penggunaan internet, khususnya media sosial dalam komunikasi politik dapat terlihat jelas pada pemilihan umum (pemilu) tahun 2014.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi politik dewasa ini dengan kehadiran internet telah meninggalkan cara-cara atau metode komunikasi politik yang konvensional. Namun demikian substansi berupa pesan-pesan politik maupun komunikator atau aktor dalam komunikasi politik masih menjadi faktor-faktor penting untuk dipakai seperti dalam konsep komunikasi terdahulu. Dengan demikian, konsep komunikasi politiknya masih sama, hanya saja media komunikasi yang dipakai akhir-akhir ini telah menggunakan internet yaitu berupa media online maupun media sosial.

Perubahan yang terjadi dalam praktik komunikasi politik dengan menggunakan media internet tentunya membawa beberapa kelebihan yang tidak diperkirakan sebelumnya. Pesan-pesan politik dapat disebarluaskan hingga tidak terbatas, demikian pula jangkauan khalayaknya juga makin luas. Namun kekurangannya, bagi masyarakat yang tidak dapat mengakses internet, maka pesan-pesan politik tidak akan sampai. Dalam realitas sosialnya, pemanfaatan internet telah memberi keuntungan yang makin baik untuk proses komunikasi politik dalam mencapai tujuan pembentukan masyarakat yang demokratis dan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Sukma. 2021. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik*. Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 9. No. 1. Hal 68-78.
- Anshari, Faridhian. 2013. *Komunikasi Politik Di Era Media Sosial*. Jurnal Komunikasi. Vol. 8 No. 1. Hal 91-102.
- Anshori, A. 2018. *Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018*. Jurnal Interaksi, Vol. 2 No. 2. Hal. 132-144.
- Aryanti, Ira. Dkk. 2022. *Politik Digital: Manifestasi Komunikasi Di Era Digital*. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. Vol. 6 No.1. Hal 194-206.
- Bayu, Dimas. 2022. *Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apiii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>. (Diakses pada 04 September 2022)
- Budiyono. 2015. *Fenomena Komunikasi Politik Dalam Media Sosial*. Jurnal IPTEK-KOM. Vol. 17 No. 2 Hal 143-160.
- Effendy, O.U. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gofur, Abdul. 2018. *Peranan Cyberspace Sebagai Pembentuk Aktivisme Politik Internet Di Indonesia*. Jurnal Sosial Soedirman. Vol. 2. No. 2.
- Hasfi, Nurul. 2019. *Komunikasi Politik di Era Digital*. Jurnal Ilmu Politik. Vol. 10 No.1, Hal 93-111.
- Heryanto, G. G. 2011. *Dinamika Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Laswell Visitama.
- Hia, E. F., & Siahaan, C. 2021. *Komunikasi Politik Di Era Digital*. Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 1 (1), 6-18.
- Holmes, David. 2005. *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: Sage Publication.
- Indra, Dolly. Wahid, U. 2021. *Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 5. No. 2 Hal 228-239.

- Indrawan, Jerry. 2019. *Cyberpolitics Sebagai Perspektif Baru Mamahami Politik Di Era Siber*. Jurnal Politica. Vol. 10. No. 1. Hal 1-15.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2016. *Peran Kelas Menengah Dalam Politik Indonesia : Sebuah Catatan Singkat*, Disampaikan pada Forum Diskusi Mahasiswa Pascasarjana FISIP UI, 8 Oktober 2016, di Kukusan Resto, pukul 15.30-selesai).
- Junaedi, F. (ed). 2011. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Sumarni, Iilik. 2017. *Komunikasi Politik Para Elit di Era Virtual Culture*. Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ. Vol. 1 No.1
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 2. Terjemahan Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mondry, & Risman Sikumbang. 2016. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik (2nd ed)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nudirman Munir. 2017. *Pengantar Hukum Siber Indonesia*. Depok: Rajawali Press.
- O'Reilly T. 2005. *What is Web 2.0 : Design patterns and business models for the next generation of software*. Available at: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Riyanto, A.D. 2022. *Indonesian Digital Report 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> (Diakses pada 04 September 2022)
- Sholikin, Ahmad. 2019. *Cyberspace: Raung Publik Baru Bagi Aktivitas Politik Muhammadiyah*. Profetik Jurnal Komunikasi. Vol.12 No.2 Hal 156-176
- Stefan Fenz. 2005. *Cyberspace Security: A Definition and A Description of Remaining Problems* (University Vienna and Institute of Government & European Studies).
- Uwes Fatoni, 2008. *Pengantar Komunikasi Politik*. <http://haerilhalim.wordpress.com/category/komunikasi-politik/2012>, diakses, 14-09-2022
- Wahyudi, Very. 2018. *Politik Digital Di Era Revolusi Industri 4.0 "Marketing & Komunikasi Politik"*. Politea: Jurnal Politik Islam. Vol. 1. No.2. Hal 149-168.
- Waluyo, Djoko. 2019. *Pemahaman dan Praktik Komunikasi Politik Indonesia di Era Digital*. Jurnal Diakom. Vol. 2 No. 2 Hal 167-175
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.