

# Peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat

Ririn Mahruf<sup>1a</sup>, Falimu<sup>2b</sup>, Nuraulya Aqdam Fidayah<sup>3c</sup>, Nurul Fajria Dakila<sup>4d</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Luwuk

<sup>b</sup> Alamat e-mail: [ririnmahruf35@gmail.com](mailto:ririnmahruf35@gmail.com)<sup>a</sup>, [falimuimu77@gmail.com](mailto:falimuimu77@gmail.com)<sup>b</sup>, [nuruldakila24@gmail.com](mailto:nuruldakila24@gmail.com)<sup>c</sup>

## INFO ARTIKEL

### Keywords

Media Digital  
Komunikasi  
Partisipasi  
Politik  
Masyarakat

## ABSTRAK

Media digital membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dalam masyarakat dengan memperbesar kemungkinan interaksi antara elemen-elemen pentingnya, baik elit dan warga negara atau partai non-elit dan lembaga negara. Dalam perkembangannya, komunikasi visual tidak hanya digunakan untuk sekedar desain seni ataupun hiburan semata. Karena pada kenyataannya, komunikasi visual juga seringkali digunakan oleh pelaku politik untuk menyampaikan pesan yang berisikan kepentingan dan manfaatnya bagi masyarakat luas melalui iklan politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, studi pustaka. Analisis data diawali dengan mencatat hasil temuan di lapangan, mengumpulkan data, memilih dan memilah data, mengklarifikasi, membuat ikhtisar, dan memaknai data yang telah ditemukan

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dewasa ini telah berkembang dan merambah ke kehidupan manusia. Hampir seluruh aktivitas yang dilakukan manusia tidak terlepas dari teknologi. Teknologi komunikasi ini memungkinkan terjadi proses interaktif. Munculnya teknologi komunikasi ini membuat perubahan pada karakteristik komunikasi antar manusia Junaidi, 2011:7-8 dalam (Sari et al., 2017). Hal tersebut berlangsung sebab teknologi komunikasi terkesan dapat membantu dan memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Salah satu bentuk teknologi komunikasi media sosial yang berbasis digital. Media digital membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan meningkatkan kemungkinan interaksi antar elemen penting di dalamnya, yaitu partai politik dan lembaga negara. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa Internet memiliki fitur-fitur baru yang tidak dimiliki oleh media massa tradisional, yaitu interaktivitas, inisiatif dan kreativitas, keterusterangan, memastikan kesetaraan dan jaringan. (Van Dijk, 2013).

Kebangkitan industri media digital menambah warna baru pada tradisi media dan kehidupan demokrasi. Peran media massa sangat dekat dengan komunikasi massa karena berfungsi sebagai saluran dari komunikasi massa. Dimana media sosial berbasis digital ini memberikan fasilitas pada masyarakat, pengguna melakukan hubungan sosial yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus melakukan pertemuan secara pribadi. Oleh karena itu, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki fungsi mengajak masyarakat (pengguna) untuk berpartisipasi aktif melalui kontribusi dan umpan balik publik, baik untuk berbagi informasi maupun untuk merespon secara online dalam waktu singkat (Aji, W.N., & Budiyo, 2018). Media sosial sebagai alternatif yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi, sesungguhnya memiliki banyak manfaat dalam rangka meningkatkan pemahaman terhadap demokratisasi komunikasi menuju masyarakat informasi yang adil sejahtera (Li et al., 2017).

Teknologi digital yang semakin maju membawa perubahan besar bagi dunia, dan lahirnya berbagai teknologi digital yang semakin maju telah muncul di banyak negara. Berbagai kelas telah dimudahkan untuk mengakses suatu berita melalui banyak platform dan bisa menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas serta terkendali (Wahyuni & Sara, 2020).

Saat ini banyak elemen masyarakat yang menggunakan media digital sebagai sarana dalam menjalankan aktivitas, yakni kegiatan ekonomi, pembelajaran, budaya, dan lain sebagainya sehingga bisa dikatakan media digital menjadi sentral kegiatan masyarakat. Media digital juga sebagai alat masif yang digunakan pada perpolitikan di Indonesia. Belakangan ini, peran internet dalam dunia politik Indonesia semakin penting baik positif maupun negatif (Siahaan et al., 2021). Media digital membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan meningkatkan kemungkinan hubungan antar elemen penting, termasuk partai dan lembaga negara yang dikenal sebagai elit, dan masyarakat (Hasfi, 2019).

Kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga tersebar dengan cepat dan interaktif. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media massa dalam konteks diseminasi informasi di dunia politik tidak bisa dilepaskan dari internet, sehingga menciptakan iklim komunikasi politik yang berada dalam rana multimedia (Indrawan & Ilmar, 2020). Dampaknya banyak politikus melakukan proses kampanye politik dengan memanfaatkan media sosial. Komunikasi politik tentu dikemas oleh setiap pemeran profesional politik sebagai tujuan partai atau kepentingan kandidat dalam memperkenalkan dirinya kepada khalayak. Untuk mencapai khalayak politik secara luas, tentu saja komunikasi politik dilaksanakan melalui beragam saluran dan media. Semua ini bisa terjadi karena perkembangan teknologi yang luar biasa, terutama melalui internet sehingga muncul saluran-saluran baru, dimana masyarakat bisa berkomunikasi politik secara lebih bebas, lebih cepat, dan pastinya lebih memiliki dampak yang sangat luas karena dilakukan diruang publik yang bernama dunia maya (Indrawan & Ilmar, 2020).

Sebagaimana (Easton, 1957) mendefinisikan politik sebagai berikut : *“political as a process those developmental processes through which person acquire political orientation and patterns of behavior”* dalam definisi ini David Easton menitikberatkan bahwa politik itu sebagai suatu proses dimana dalam perkembangan proses tersebut seseorang menerima orientasi politik tertentu dan pola tingkah laku. Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Komunikasi politik (*political communication*) memfokuskan pada kegunaannya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintahan. Media cenderung menyeleksi khalayak, dan sebaliknya khalayak juga menyeleksi diantara media yang ada. Dari pengertian di atas, media digital dapat diartikan sebagai alat yang memediasi komunikasi antar manusia

Tahun 2024 merupakan tahun politik dimana pesta demokrasi akan dilaksanakan, yaitu pemilihan anggota legislatif dan pemilihan presiden dan wakil presiden. Penyambutan pelaksanaan pemilihan umum tersebut mulai banyak penyebaran informasi yang dilakukan oleh para politisi. Sebagai negara demokrasi seperti Indonesia ini, pemilihan umum disetiap tingkatan pemerintahan merupakan hal yang wajib, artinya demokrasi di negara ini telah berjalan dengan dinamika yang mewarnainya. Dalam mempersiapkan pemilihan kita ketahui bahwa masing-masing kandidat mempersiapkan diri dan berlomba untuk merebut suara mengingat calon yang tampil dalam pemilihan umum lebih dari satu calon. Masing-masing berlomba-lomba untuk memenangkan pemilu. Mereka berusaha untuk menarik perhatian pemilih untuk memilih mereka. Sebagai bentuk atau praktek demokrasi, suara pemilih tentu menentukan kemenangannya.

Penggunaan media digital sebagai representasi dari media pemberitaan online atau berbasis internet. Perkembangan teknologi internet telah memberikan alternatif baru berbagai sumber informasi. Saat ini masyarakat pembaca berita tidak hanya dapat mengakses melalui radio, televisi, atau media cetak seperti koran dan majalah, tetapi kini juga dapat mengakses melalui berbagai pilihan berita dari berbagai situs berita yang dapat dinikmati secara audio, visual. Dengan demikian, penulis memfokuskan pada peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat dalam penerimaan informasi yang dibutuhkan

## 2. Metodologi

### 2.1. Pendekatan penelitian

Penulis melakukan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang yang diamati. Metode penelitian kualitatif dipilih karena dapat menyelesaikan masalah pada penelitian ini. Penelitian kualitatif (Moleong, 2017a) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian deskriptif adalah sebuah bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendefinisikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72) dalam (Indrawan & Ilmar, 2018).

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian untuk memecahkan masalah yang akan diteliti dengan melakukan penggambaran subjek dan objek yang akan diteliti tersebut. Subjek dan objek tersebut bisa dalam bentuk lembaga, komunitas, individu, dan lain-lain. Analisis yang dilakukan harus sesuai dengan kenyataan di lapangan, dalam arti faktual dan sesuai realita (Hadari, 1993).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penentuan informan selanjutnya didasarkan pada aspek relevansi dan kapasitas informan terkait dengan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini dan didasarkan pada variasi informan sebagai pihak pengguna dan media digital. Jumlah keseluruhan informan yaitu delapan orang.

### 2.2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, studi pustaka. Menurut (Moleong, 2017b) teknik pengumpulan data adalah cara atau strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data dengan cara yang sesuai dengan penelitian sehingga peneliti akan memperoleh data yang lengkap baik secara lisan maupun tertulis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan objek penelitian di lapangan). Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat semua peristiwa. Cara ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran atau fakta yang ada di lapangan (Moleong, 2017b).

Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2004) dalam (Najmina, 2018)

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian, melainkan sebagai data pendukung yang sangat dibutuhkan oleh peneliti (Mulyana, 2004) dalam (Najmina, 2018). Dokumentasi dapat berupa dokumen yang dipublikasikan atau dokumen pribadi seperti foto, video, catatan harian dan catatan lainnya. Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti ialah segala bentuk dokumentasi tertulis maupun tidak tertulis yang dapat digunakan untuk melengkapi data-data lainnya. Analisis data diawali dengan mencatat hasil temuan di lapangan, mengumpulkan data, memilih dan memilah data, mengklarifikasi, membuat ikhtisar, dan memaknai data yang telah ditemukan.

## 3. Teori

### a. Media Digital

Kata media berasal dari bahasa Latin, jamak dari kata medium, artinya adalah “perantara” atau “pengantar”. Media bisa diartikan sebagai pengantar pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan (Asrori & Ahsanuddin, 2015). Digital artinya berkaitan dengan atau menggunakan komputer atau internet. Dengan demikian, pengertian media digital adalah media yang menggunakan komputer dan internet.

Media digital adalah format konten yang dapat diakses oleh perangkat digital yang dapat disimpan, diakses, dan dimanipulasi dengan menggunakan media elektronik. Media digital memiliki banyak

keunggulan dibandingkan media tradisional seperti media cetak. Lebih interaktif, lebih menarik, dan lebih mudah diakses. Media digital dapat dirancang, dibuat, dilihat, didistribusikan, dikirimkan, dimodifikasi dan mampu bertahan pada perangkat elektronik digital ([https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_digital](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital)). Media digital dalam pembelajaran merupakan pengantar pesan yang berupa pesan politik yang dirancang, dibuat, didistribusikan, dan dikirimkan kepada masyarakat menggunakan perangkat elektronik digital.

Media digital adalah bentuk media elektronik yang tidak menyimpan data dalam bentuk analog. Teknologi analog merupakan bentuk perkembangan teknologi yang mendahului teknologi digital. Definisi media digital dapat merujuk pada aspek teknis (seperti hard drive sebagai media penyimpanan digital) dan aspek transmisi (seperti jaringan komputer untuk penyebaran informasi digital), serta produk akhir seperti video digital, audio digital, tanda tangan digital, dan seni digital. Media digital digunakan untuk melakukan sosialisasi politik kepada masyarakat.

#### **b. Komunikasi**

Menurut (Nimmo, 2000) menjelaskan bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan; pengordinasian makna antara seseorang dengan khalayak; saling berbagi informasi, gagasan, atau sikap; saling berbagi unsurunsur perilaku, atau modus kehidupan melalui perangkat aturan; proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik langsung maupun tidak langsung.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi secara umum yaitu pengetahuan yang dibangun oleh organisme artinya komunikasi tidak hanya dilakukan oleh manusia, tetapi oleh setiap organisme hidup di alam semesta ini. Komunikasi memiliki saling ketergantungan anatara satu sama lain berdasarkan fungsi dan karakteristik dari setiap variabel dalam proses yang dinamis berkaitan dengan pengiriman simbol dengan makna tertentu dalam sistem kehidupan khususnya berkaitan dengan pesan politik kepada masyarakat. Komunikasi dalam politik merupakan pembahasan yang telah mencapai tahap keseriusan, konsentrasi, dan keseriusan karena menyentuh persoalan-persoalan makro kehidupan berbangsa dan bernegara, dengan tujuan dan dampak mewujudkan masyarakat berkeadilan, peradaban (moralitas) dan kemakmuran.

#### **c. Partisipasi Politik**

Michael Rush dan Philip Althoft mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan warga negara biasa untuk mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan publik serta berpartisipasi dalam penentuan pemimpin pemerintahan. Segala kegiatan kemasyarakatan yang mempengaruhi proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan publik, termasuk pemilihan pimpinan pemerintahan, dapat dikategorikan sebagai kegiatan partisipasi politik (Damsar, 2010). Menurut (Huntington & Nelson, 1994) berpendapat bahwa partisipasi politik adalah kegiatan warga negara (baik individu maupun komunitas) untuk mempengaruhi keputusan yang berkaitan dengan kebijakan publik. (Budiardjo, 2003).

Dapat disimpulkan bahwa keterlibatan politik masyarakat dapat mempertanyakan hubungan antara kesadaran politik dan kepercayaan pada pemerintah. Dengan demikian, partisipasi politik sangat erat kaitannya dengan demokrasi dan legitimasi. Partisipasi politik, demokrasi dan legitimasi memiliki kerangka relasional yang sangat erat. Partisipasi politik yang diasosiasikan dengan demokrasi mempengaruhi legitimasi masyarakat atas penyelenggaraan pemerintahan. Dalam sebuah pemilu misalnya, partisipasi politik mempengaruhi legitimasi masyarakat terhadap pasangan calon terpilih. Setiap masyarakat memiliki preferensi dan kepentingannya masing-masing dalam menentukan pilihan elektoral.

#### **d. Masyarakat**

Secara umum, pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu/orang-orang hidup bersama, masyarakat disebut "society" yang berarti interaksi sosial, perubahan sosial dan rasa kebersamaan, berasal dari kata latin socius, yang berarti (teman). Istilah komunitas berasal dari kata arab syaraka, yang berarti sesuatu seperti (berpartisipasi dan berpartisipasi). Pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasional dan perkembangan dari konflik antara kelompok-kelompok yang terbagi secara ekonomi (Karl Marx).

Menurut Emile Durkheim dalam (Prasetyo, 2019) bahwa masyarakat adalah realitas objektif, mandiri, bebas dari individu-individu yang menjadi anggotanya, masyarakat sebagai kumpulan orang yang hidup bersama, bercampur selama beberapa waktu, mereka tahu bahwa mereka adalah dan

merupakan satu kesatuan sistem koeksistensi.. Masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam tatanan dan situasi social orang menciptakan hubungan, Mac Iver dan Page (Soerjono Soekanto 2006:22) dalam (Prasetyo, 2019), mengatakan bahwa masyarakat adalah suatu sistem adat-istiadat, peraturan-peraturan dan kekuasaan dan kerjasama antarkelompok, klasifikasi dan kontrol perilaku kebiasaan masyarakat.

#### 4. Temuan dan Pembahasan

##### Hubungan Media digital dalam Komunikasi Politik

Bila politik merupakan kebijakan tentang pembagian nilai-nilai oleh pihak yang berwenang, maka kebijakan dibuat berdasarkan pesan-pesan yang disalurkan antara satu orang dengan orang lainnya supaya kebijakan yang dibuat berdasarkan pesan-pesan yang disalurkan antara satu orang dengan orang lainnya agar kebijakan yang dibuat tidak sepihak atau menimbulkan konflik antara kepentingan yang berbeda (Ahmad suryadi, 2020). Komunikasi politik merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat serta negara. Salah satu proses komunikasi yang baik dengan beragam bentuk pesan serta pemanfaatan media, bisa berupa iklan politik.

Menurut (McNair, 2017), Komunikasi politik bukan hanya komunikasi dari pemilih kepada pemilih untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga komunikasi dari pemilih dan kolumnis surat kabar kepada politisi, serta komunikasi dengan aktor politik yang terlihat dalam tajuk rencana dan bentuk lainnya, termasuk komunikasi tentang aktivitasnya. Diskusi kebijakan media. Menanggapi perubahan politik, media digital menghadapi realitas politik yang dinamis. Situasi ini menyebabkan perubahan perilaku politik masyarakat. Salah satu faktor yang menentukan adalah publikasi media digital dalam pemberitaan perubahan politik, dan karena pers memiliki kebebasan berekspresi, maka pers cenderung independen. Hal inilah yang melatarbelakangi terjadinya perubahan perilaku politik masyarakat.

Pemanfaatan media digital sebagai wada penyampaian pesan kepada khalayak atau memperkenalkan diri yang dilakukan oleh politisi umumnya dilakukan untuk menampilkan wajah politisi dengan sedikit kalimat, bisa berupa tagline (jargon) atau misi dan misi secara singkat. Semua bentuk kampanye dilakukan sebagai upaya untuk persuasi, propaganda, sehingga sasaran pemilih menyampaikan hak suaranya untuk memenagkan calon. Wahid (2016) dalam (Darmawan, 2018) menunjukkan bahwa iklan politik adalah bentuk pesan politik yang digunakan dalam kampanye dan pemasaran politik. Iklan diyakini memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi dan opini publik. Iklan politik adalah jenis pesan politik yang digunakan dalam kampanye dan pemasaran politik. Iklan diyakini memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi dan opini publik. Meskipun tidak lepas dari kontroversi, namun iklan tetap menjadi pilihan menarik bagi para kandidat dalam partai politik wahid (2016) dalam (Darmawan, 2018).

Dalam komunikasi politik, sebagaimana halnya komunikasi, terdapat tiga unsur yang merupakan karakteristik dan selalu tampil dalam proses komunikasi, yakni sumber informasi, saluran (media), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi berasal dari seorang individu, dan bisa juga dari satu institusi yang mempunyai data dan bahan informasi (pemberitaan, wacana, atau gagasan) untuk disebarluaskan kepada orang lain, baik berupa satu orang atau sekumpulan masyarakat ataupun dalam lingkup masyarakat yang lebih luas. Saluran adalah media yang digunakan oleh penyampai sumber untuk kegiatan penyampaian pesan (pemberitaan, wacana, atau gagasan), berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun dengan menggunakan media massa untuk khalayak umum. Adapun *audiences* adalah orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau pihak yang diterpa informasi.

Dengan demikian media digital memiliki hubungan yang sangat erat dalam pelaksanaan komunikasi politik baik itu untuk memperkenalkan diri juga mampu mengubah perilaku masyarakat dalam menentukan pilihannya. Pengamatan terhadap berbagai media digital menunjukkan tayangan bermuatan politik mengalami proses dekonstruksi. Dekonstruksi terjadi melalui proses interpretasi, dilanjutkan dengan tahapan eksternalisasi, subjektifikasi, dan internalisasi yang terjadi dalam proses konstruksi media sosial di dunia digital, hingga realitas sosial baru dalam persepsi populer menjadi media. Dalam perspektif media komunikasi kontemporer, kehadiran media digital menghadapi dilema terkait dengan tuntutan reformasi media itu sendiri.

##### Komunikator politik dalam memainkan peran sosial dalam media digital

Komunikator politik memegang peranan penting dalam masyarakat, terutama dalam proses pembentukan opini publik. (O'Hear & Clark, 1995) mengusulkan bahwa ada teori opini publik yang



dibangun sepenuhnya di sekitar komunikator politik, sebuah teori opini publik avant-garde. Dia menekankan bahwa para pemimpin menghasilkan opini publik karena mereka telah mampu membangun banyak ide yang diterima meskipun pada awalnya ditolak. Opini publik dengan demikian dipahami sebagai reaksi terhadap gagasan dan upaya seorang komunikator untuk membujuk massa. Adapun mereka yang menjadi komunikator politik bisa berasal darimana saja. (Nimmo, 2020), mengidentifikasi kategori komunikator politik, yakni Politikus adalah orang yang bertindak sebagai komunikator politik dimana seluruh waktunya dihabiskan untuk kegiatan berpolitik. Terkait dengan komunikasi politik, politikus mencari pengaruh melalui komunikasi.

Seorang komunikator profesional adalah makelar simbol, seseorang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat dari satu komunitas linguistik ke dalam istilah komunitas linguistik lain yang berbeda tetapi menarik dan dapat dipahami. Aktivis atas komunikator paruh waktu adalah mereka yang terdapat dalam organisasi dan interpersonal yang terikat dengan jaringan media pemerintah. Dalam hal ini adalah juru bicara atau pemuka pendapat dalam suatu organisasi atau masyarakat. Juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi.

Khalayak hanya mengikuti pesan atau pembicaraan politik yang memberikan keuntungan atau memenuhi kepentingan dan kebutuhannya. Sebab sebagai makhluk sosial, setiap individu memiliki kebutuhan-kebutuhan, baik secara jasmaniah maupun rohani. Sehingga apa saja yang diperoleh, tentu akan dipertimbangkan tingkat kepentingan dan kebutuhannya. Demikian pula dalam hal berkomunikasi, informasi yang menguntungkan, itulah yang akan diikuti, terlebih lagi dalam dunia komunikasi politik. Dimana komunikasi politik tidak bersifat linear, tetapi merupakan transaksi. Media massa memiliki pengaruh, tetapi pengaruh itu disaring, diseleksi, diterima atau ditolak oleh faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi reaksi mereka. Perhatikan bahwa perjumpaan publik dengan media massa didasarkan pada kerangka teoretis. Pertama, teori perbedaan individu menjelaskan bahwa efek media terhadap pemirsa tidak sama karena setiap orang memiliki kemungkinan biologis, pengalaman, dan lingkungan yang berbeda yang tidak sama. Selain itu, teori kategori sosial mengasumsikan bahwa kelompok sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, agama, etnis, tingkat pendapatan, pendidikan, dan lokasi memiliki kategori respon yang berbeda yang tidak sama di setiap kategori. Tidak seperti politisi yang menjadikan politik sebagai profesinya, dia biasanya tidak memegang atau mencari jabatan.

Dia sangat terlibat dalam politik dan komunikasi, sehingga dia dapat digambarkan sebagai seorang aktivis politik dan semi-profesional dalam komunikasi politik. Pemuka pendapat juga dapat dikategorikan sebagai komunikator politik karena ia cukup dihormati dan disegani. Banyak warga Negara yang diharapkan dapat membuat keputusan yang bersifat politis (seperti memilih calon pemimpin) meminta petunjuk dari orang-orang yang dihormatinya. Ia dapat mempengaruhi keputusan orang lain. Seperti halnya politikus, mereka juga mampu meyakinkan orang lain agar cara berpikir dan bertindak sama dengan dia.

### **Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Politik**

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial saat ini menjadi sarana komunikasi massa yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Media sosial adalah situs web yang memungkinkan orang untuk terhubung dengan orang lain, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan pihak lain melalui dunia maya. Sebagian besar orang sekarang memiliki media sosial, tidak hanya di kota tetapi juga di pedesaan. Beberapa media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Twitter, Path, YouTube, Instagram dan WhatsApp. Ada juga media sosial seperti blog dan media online yang keduanya dimiliki secara pribadi dan dikendalikan oleh perusahaan pers. Media sosial dapat digolongkan sebagai media massa karena terbuka untuk semua pengguna dengan akses tanpa batasan seperti batas geografis atau ideologis. Media sosial memiliki fitur yang melanggar privasi pemirsa. Penggunaan media sosial juga tidak mengenal ruang. Kapan dan dimana saja, seorang dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal dan dari berbagai pihak.

Demikian pula, seseorang dapat membagikan informasi kepada pihak lain secara cepat dengan menggunakan media sosial, termasuk untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan politik atau kampanye politik. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan untuk merayu, membujuk, membentuk, dan membina hubungan politik yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi politik dalam waktu tertentu Tujuan utama dari kampanye politik adalah mengajak masyarakat umum untuk mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator politik. Dalam

pemilihan presiden, komunikator politik ingin mendorong masyarakat untuk memilih calon presiden yang mereka inginkan.

Di antara model kampanye politik yang selama ini sering dilakukan adalah melalui komunikasi massa dengan menggelar pertemuan akbar atau berkampanye lewat media massa. Dewasa ini kampanye politik juga sudah bisa dilaksanakan melalui media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia antara lain adalah facebook, twitter, youtube, instagram, whatsapp. Seorang politisi menggunakan media sosial tersebut untuk mengajak khalayak memilihnya, yaitu dengan cara memberikan informasi yang dapat menarik minat mereka.

Oleh karena itu, dampak pesan politik melalui media sosial terhadap khalayak bergantung pada sejauh mana kandidat atau komunikator politik mampu mengemas proses penyebaran pesan secara memadai dan efektif. Jika proses penyampaian pesan gagal memenuhi harapan audiens, maka hasilnya bisa jadi tidak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

## 5. Penutup

Peranan komunikator politik yang memiliki kredibilitas tinggi dalam mentransfer ide dan gagasan kepada audience memiliki *significance* yang sangat besar. Di samping harus menampilkan pesan-pesan politik yang paling dibutuhkan dan dapat terpatri dalam benak khalayak, faktor komunikator pun adalah sesuatu yang harus mendapat perhatian besar, karena komunikator politiklah ujung tombak dan corong utama partai politik atau sang kandidat dalam menyampaikan pesan-pesan politik.

Semakin baik komunikator mengemas strategi kampanyenya, memberikan korelasi yang baik untuk diingat oleh khalayak yang pada akhirnya menjadi tolok ukur untuk menentukan pilihan. Posisi komunikator bukanlah pemeran tunggal. Manajemen kampanye yang efektif dan faktor internal dan eksternal, juga memiliki peranan yang tidak bisa diabaikan. Namun demikian berdasarkan uraian-uraian pada pembahasan-pembahasan terdahulu, faktor kredibilitas komunikator politik pada saat kampanye politik juga memiliki pengaruh yang tidak kalah pentingnya untuk meraih kemenangan.

Dalam menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi politik, tidaklah serta merta dapat berhasil dengan baik. Justru harus menggunakan strategi dan kerja-kerja politik yang profesional dan terukur. Pihak yang berkampanye untuk memenangkan pemilihan presiden maupun dalam pemilihan kepala daerah dan anggota legislatif, perlu mengenal khalayak secara cermat sehingga dapat mengetahui keperluan mereka. Dengan demikian pesan-pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sudah dapat dipastikan akan dapat memberikan pengaruh yang positif.

## Referensi

- Ahmad suryadi. (2020). *Teknologi dan Media Pembelajaran Jilid I*.
- Aji, W.N., & Budiyono, S. (2018). *The Teaching Strategy of Bahasa Indonesia in Curriculum 2013*.
- Asrori, I., & Ahsanuddin, M. (2015). *Media Pembelajaran Bahasa Arab. Malang: CV Bintang Sejahtera*.
- Budiardjo, M. (2003). *Dasar-dasar ilmu politik*. Gramedia pustaka utama.
- Damsar. (2010). *Pengantar Sosiologi Politik*.
- Darmawan, F. (2018). Modalitas Visual Komunikasi Politik Iklan Pilkada Kota Bandung 2018. *Jurnal Komunikasi, 11(1)*, 56–65.
- Easton, D. (1957). An approach to the analysis of political systems. *World Politics, 9(3)*, 383–400.
- Hadari, N. (1993). *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*.
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi Politik Di Era Digital. *POLITIKA, 10(1)*.
- Huntington, S. P., & Nelson, J. (1994). *Partisipasi politik di negara berkembang*.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2018). KEHADIRAN MEDIA BARU ( NEW MEDIA ) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK Studi Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jakarta ; 2 Program Studi Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara ( STIP-AN ). *Medium, 8(1)*, 11–17.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi, 8(1)*, 1–17.

- Li, N., Susanto, H., Cemlyn, B., Henning, I. D., & Adams, M. J. (2017). Secure communication systems based on chaos in optically pumped spin-VCSELs. *Optics Letters*, 42(17), 3494–3497.
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2017a). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Moleong, L. J. (2017b). Metodologi penelitian kualitatif (Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 102–107.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Najmina, N. (2018). Pendidikan Multikultural Dalam Membentuk Karakter Bangsa Indonesia. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.8389>
- Nimmo, D. (2000). Komunikasi Politik Khalayak dan Efek, edisi ke-2. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nimmo, D. (2020). *The political persuaders*. Routledge.
- O'Hear, A., & Clark, P. (1995). *Karl Popper: philosophy and problems* (Vol. 39). Cambridge University Press.
- Prasetyo, D. (2019). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163–175.
- Sari, A. K., Sari, S., & Risdiyanto, B. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA SOSIAL PEMBERITAAN KASUS KORUPSI E-KTP DI SITUS LIPUTAN6. COM. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 4(1).
- Siahaan, S. M. G. P., Hia, N., Laia, M. N. I., & Harefa, M. (2021). MENINGKATKAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI LISAN PUBLIC SPEAKING DOSEN DAN MAHASISWA DIPLOMA KESEKRETARIATAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 2(2), 332–342.
- Van Dijk, T. A. (2013). *News as discourse*. Routledge.
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*.