

KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK

Jerry Indrawan¹, Efriza², Anwar Ilmar³

^{1&3}Program Studi Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta; ²Program Studi Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara (STIP-AN)

email: ¹jerry.indrawan@upnvj.ac.id, ²efriza.riza@gmail.com, ³anwar.ilmar@upnvj.ac.id

Abstrak

Pola komunikasi politik di era multimedia ini sudah sangat mengandalkan kehadiran media baru yang berbasis internet, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Line Today, dll. Penguasaan teknologi informasi adalah bagian dari munculnya kekuatan media baru, di mana hal ini tentunya membawa perubahan di dalam masyarakat. Siapa pun, termasuk pengguna media baru tersebut, sekarang juga bisa terlibat langsung dalam proses tersebut. Perubahan dalam masyarakat inilah yang ingin penulis teliti karena dampaknya dalam pola komunikasi politik sangat terasa. Interaksi antara pemilih dengan yang dipilih sudah tidak terhambat lagi oleh jarak dan waktu, sehingga kualitas komunikasi politik dalam demokrasi seharusnya dapat meningkat. Komunikasi politik dapat berjalan dua arah atau bahkan lebih, sehingga feedback dari masyarakat dapat langsung diterima. Atas dasar itulah, media baru memiliki signifikansi yang penting terkait aktivitas-aktivitas komunikasi politik saat ini. Penulis melakukan analisa kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data dan informasi sekunder melalui kajian pustaka. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa kehadiran media baru memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas politik, khususnya proses komunikasi politik. Penulis merekomendasikan agar kegiatan komunikasi politik harus dilakukan lebih banyak melalui medium siber, agar memiliki dampak yang lebih luas.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Multimedia, Media Baru

Abstract

The pattern of political communication in the multimedia era is already relying heavily on the presence of internet based new media, such as Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc. Mastery of information technology is part of the emergence of new media forces, where this certainly brings change in society. Anyone, including users of the new media, can now also be directly involved in the process. This change in society is what the author wants to examine because the impact in the pattern of political communication is felt. The interaction between the voters and the voted is no longer hampered by distance and time, so the quality of political communication in democracy should increase. Political communication can be done two ways, or evn more, so feedback from the community can be directly accepted. On the basis of that, new media has an important significance related to current political communication activities. The author conducted a descriptive qualitative analysis by collecting secondary data and information through literature review. The result of this research shows that the presence of new media give significance impact to political activities, especially political

communication. The writers recommends that political communications activities should be conducted more through cyberspace, in order to have a wider impact.

Key Words: *Political Communication, Multimedia, New Media*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan interkoneksi yang sangat tinggi seperti sekarang ini, aspek multimedia menjadi sarana yang sangat tepat untuk melakukan komunikasi politik. Teknologi tidak akan dapat dilepaskan dari bagaimana para aktor-aktor politik di era ini melakukan proses-proses yang terkait dengan komunikasi politik. Teknologi tersebut diejawantahkan melalui medium yang sekarang disebut media baru (*new media*). Keberadaan media baru ini tentunya harus sejalan dengan pelaksanaan demokrasi sebagai prinsip politik bagi kebanyakan negara-negara di dunia ini.

Digitalisasi sebagai bagian dari kemajuan teknologi, memberikan kesempatan bagi lahirnya internet, yang didefinisikan dalam bahasa Inggris sebagai *international connection networking*. Konsep ini sendiri dapat dimengerti sebagai jaringan internasional yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Istilah lain yang kita sering dengar adalah globalisasi yang memiliki makna lintas negara (*internasional*). Internet menjadi bagian integral dari globalisasi yang diakibatkan perkembangan pesat dari teknologi informasi (Arifin, 2014: 104).

Internet jika ingin dilihat dari bentuk fisik berbentuk jejaring laba-laba yang menyelimuti bola dunia. Jejaring tersebut berdiri dari titik-titik yang berkaitan antara satu titik dengan titik lainnya. Analogi lainnya dari internet adalah sebuah kota digital yang besar dan luas. Di dalam kota tersebut, setiap penduduknya memiliki alamat, di mana alamat tersebut digunakan sebagai sarana pertukaran informasi. Internet juga bisa dianalogikan sebagai gedung atau perpustakaan yang di dalamnya tersimpan banyak informasi (*database*) yang sangat lengkap. Tentunya semua analogi ini berbentuk digital atau multimedia.

Sejumlah kelebihan internet, adalah hampir tidak ada batasan ruang dan waktu. Selain itu, sifat global internet membuat akses untuk memperoleh informasi sangat mudah. Internet juga meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berkumpul dan berpendapat secara bebas, sehingga terkadang kebebasan itu dapat mengancam sebuah pemerintahan yang bercirikan otokrasi. Terakhir, internet memiliki kelebihan dalam kecepatan, yang memungkinkan sebuah informasi dapat berkembang dan menyebar secara masif (Tabroni, 2012: 153).

Selanjutnya, internet adalah oase bagi demokrasi. Bagi negara-negara yang memiliki sistem pemerintahan otoriter atau monarki, internet adalah ancaman. Internet dapat menyebarluaskan informasi politik, baik yang bersifat umum, sampai yang bersifat rahasia. Oleh karenanya, internet dapat digunakan oleh kelompok minoritas yang dimarginalkan, bahkan pihak oposisi sebuah pemerintahan, untuk memperjuangkan hak-hak politiknya. Apalagi, di tempat-tempat di mana media-media konvensional malah menjadi corong kebijakan pemerintahan. Itulah mengapa internet berperan sangat penting di dalam komunikasi politik. Sebagai medium proses komunikasi politik, internet digunakan untuk kampanye partai, kampanye kandidat calon presiden, dan secara umum untuk menyampaikan informasi-informasi politik untuk kepentingan-kepentingan politis. Efektivitas internet dalam menyampaikan pesan-pesan politik, baik dari bawah ke atas, maupun sebaliknya,

membuatnya berperan penting dalam proses komunikasi politik (Tabroni, 2012: 154).

Penelitian terdahulu yang penulis jadikan rujukan ada dua. Pertama jurnal dari Jerry Indrawan, yang diterbitkan di Jurnal *Politica*, Volume. 10, Nomor. 1 tahun 2019, berjudul: "Cyberpolitics sebagai Perspektif Baru Memahami Politik di Era Siber". Jurnal ini secara umum menjelaskan bagaimana kegiatan politik di masa depan akan didominasi melalui medium siber, atau cyberpolitics menurut istilah penulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cyberpolitics dapat digunakan sebagai medium berpolitik yang baru terhadap semua kegiatan dan aktivitas politik yang selama ini dijalankan secara tatap muka.

Penelitian terdahulu kedua yang penulis gunakan adalah jurnal dari Afdal Makkuraga, yang diterbitkan di Jurnal *Visi Komunikasi*, Volume. 16, Nomor. 2 tahun 2017, berjudul: "Penggunaan New Media sebagai Sarana Kampanye Politik Pada Kontestasi Pilkada Jabar 2018". Jurnal ini membahas tentang kampanye Ridwan Kamil dan Uu Rizhanul Ulum dalam Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat tahun 2018 lalu, yang menggunakan medium new media, secara khusus media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye menggunakan media sosial dipandang lebih efektif ketimbang media konvensional karena mampu mendorong terbentuknya demokrasi yang bersifat deliberatif untuk meningkatkan kehadiran dan partisipasi masyarakat yang lebih luas dan aktif. Partisipasi ini dilakukan melalui medium internet, utamanya media sosial.

Signifikansi dari penelitian ini adalah bagaimana media baru memiliki peranan penting terkait aktivitas-aktivitas komunikasi politik yang dijalankan saat ini. Bahkan, secara umum, apalagi di era "New Normal" pasca pandemi Covid-19, hampir seluruh aktivitas-aktivitas politik dijalankan melalui medium siber. Kondisi demikian menjadi perhatian penulis mengapa mengangkat tema ini sehingga signifikansinya pun sangat jelas terlihat. Selain itu, signifikansi yang penulis jelaskan di atas juga menjadi bagian dari kebaruan (novelti) tulisan ini. Kajian terkait media baru juga masih relatif kekinian untuk dibahas di dalam ilmu komunikasi politik. Atas dasar itulah, penelitian kami berusaha untuk meneropong proses berjalannya komunikasi politik yang dilakukan melalui medium media baru di era multimedia seperti sekarang ini sehingga memberikan dampak yang luas terhadap aktivitas-aktivitas politik.

KERANGKA TEORI

Teori yang penulis gunakan adalah teori media baru dari Flew, Power, dan Littlejohn yang dikutip dari Fajar Junaedi. Menurut bidang ilmu komunikasi, media sosial dianggap sebagai bagian dari media baru (new media). Flew mendefinisikan new media sebagai, as those forms that combine the three Cs: computing and information technology (IT); Communication Network; digitised media & information content. Sedangkan, Power dan Littlejohn menyebut new media sebagai, a new periode in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society. Persamaan definitif tentang konsep new media memperlihatkan bahwa kekuatan dalam suatu media baru itu adalah penguasaan teknologi (terutama internet) yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat (Junaedi, 2011: 53).

Teknologi komunikasi baru sangat terkait dengan tiga hal berikut, yaitu interactivity, de-massification, dan asynchronous. Interactivity dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan untuk berbicara balik atau interaksi menggunakan sistem teknologi komunikasi baru. Metode yang lebih interaktif seperti ini membuat penggunaannya dapat melakukan kegiatan komunikasi dengan lebih efektif dan juga optimal (Junaedi, 2011: 8-9).

De-massification (non-massal) diartikan sebagai sebuah pesan yang disampaikan secara masing-masing diantara para pengguna yang ada dalam jumlah yang banyak (berifat individu). Dalam de-massification, pengaturan dari sistem komunikasi massa tidak lagi dikendalikan produsen pesan, namun oleh konsumen media. Terakhir, asynchronous, yang memiliki pengertian bahwa teknologi baru ini dapat mengirim dan menerima pesan kapan pun, di mana pun, dan oleh siapa pun. Sifatnya yang global membuat teknologi komunikasi baru memiliki kemampuan menjangkau siapa saja yang diinginkan penggunaannya (Junaedi, 2011: 9).

Teknologi komunikasi kemudian menjadi landasan dalam perkembangan komunikasi politik di era multimedia ini. Komunikasi politik memang selalu berjalan kongruen dengan kebebasan demokrasi, terutama kebebasan berpendapat. Kemudian, komunikasi politik yang terjadi di era globalisasi ini menunjukkan penguatan kebebasan demokrasi yang berujung pada kebebasan berpendapat di komunitas dunia maya atau virtual community. Dengan demikian, kebiasaan komunikasi pada manusia mulai mengalami perubahan secara mendasar. Dengan masih semakin masifnya kebebasan berpendapat yang dilakukan melalui medium teknologi komunikasi tersebut, fetsun itu pun akhirnya berlaku.

Media sosial, seperti Instagram dan Facebook misalnya, memiliki peranan dan dampak tersendiri yang cukup masif dalam meningkatkan tekanan publik. Banyaknya perbincangan di situs media sosial seperti itu menunjukkan munculnya ruang publik baru (new public sphere). Saat media-media konvensional terbatas oleh kepentingan bisnis dan politik pemiliknya, maka media daring, terutama situs media sosial mendapatkan tempat terhormat sebagai saluran berbagi kesadaran bersama (shared group conciousness) yang masih bebas dari dominasi negara dan intervensi pasar (Heryanto, 2011: 153).

Politisi, aktivis, kelompok penekan dan kelompok kepentingan, jurnalis, bahkan birokrat sudah semakin terbiasa menggunakan internet untuk melakukan pekerjaannya sehari-hari. Sebuah fenomena kontemporer yang sangat menarik, karena menggunakannya dalam konteks statis, maupun dinamis. Artinya, sekalipun tidak aktif menggunakannya, paling tidak mereka pernah menggunakannya. Banyak informasi, seperti sosialisasi ide, gagasan, ajakan, sampai berupa protes dan tuntutan terhadap sebuah kebijakan misalnya, yang didapatkan melalui internet. Prosesnya pun dilakukan secara lebih cepat daripada lewat televisi atau media cetak. Hubungan antara sesama masyarakat, termasuk konektivitas antara suprastruktur politik dengan infrastruktur politik, berlangsung tanpa dibatasi ruang dan waktu (Heryanto, 2011: 153).

Penggunaan internet untuk kegiatan politik kini semakin marak di Indonesia. Setidaknya ada dua faktor yang membuat hal ini bisa terjadi. Pertama, adalah sistem politik di Indonesia yang semakin demokratis. Pasca reformasi, berkembangnya pers, serta kebebasan untuk berkumpul, berserikat, dan menyatakan pendapat kian meningkat. Alhasil, siapapun di era reformasi ini bebas untuk menggunakan dunia maya sebagai artikulasi gagasan, ide, pemikiran, bahkan tuntutan dan tekanan kepada

pemerintah atau penguasa. Kondisi ini melahirkan sebuah ruang publik yang berada di dalam dunia maya. Penguatan demokrasi terjadi tidak secara offline, namun di ruang siber. Faktor kedua, adalah berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam media massa. Semakin luasnya perkembangan ini dalam media massa memberikan akses yang mudah bagi masyarakat. Masyarakat menjadi lumrah, bahkan sering, menggunakan teknologi mesin pencari (search engine), seperti Google, sebagai sumber utama informasinya. Sangat mudah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai lingkungannya karena media cetak, televisi, dan radio di Indonesia saat ini banyak yang sudah terintegrasi secara daring. Hal ini membuat informasi yang beredar di masyarakat menjadi mudah diakses, termasuk informasi-informasi dengan konten politik (Heryanto, 2011: 154).

Hal yang menarik minat penulis adalah bagaimana di dalam komunitas virtual, ruang-ruang publik baru muncul dan semakin berkembang dari segi kuantitas. Ruang-ruang publik, seperti media sosial, adalah bagian dari proses demokrasi. Situs media sosial merupakan situs pertemanan yang menghubungkan satu orang dengan orang lain dalam satu komunitas dunia maya. Situs ini memanfaatkan jejaring untuk mengumpulkan teman dekat, kerabat, rekan kerja, teman yang memiliki kesamaan minat, ideologi dan juga platform gerakan (Heryanto, 2011: 154-155).

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Metode penelitian deskriptif dipilih karena dapat menjelaskan masalah pada penelitian ini. Metode kualitatif dapat membantu penulis untuk menggambarkan sebuah kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat terkait objek dan subjek penelitian yang penulis akan teliti (Moelong, 2001: 3). Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006: 72). 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 (Nawawi, 1997: 63).

PEMBAHASAN

Pada bagian awal tulisan ini, penulis ingin terlebih membahas bagaimana teknologi digunakan dalam proses komunikasi politik. Sebelumnya, karena komunikasi politik adalah bagian dari ilmu komunikasi secara umum, maka baiknya penulis juga membahas tentang teknologi komunikasi, yang menjadi awalan dari perkembangan teknologi yang digunakan sebagai bagian dari komunikasi politik.

Menurut Rogers yang dikutip dari Rahardjo, teknologi komunikasi adalah peralatan yang berbentuk piranti keras, struktur organisasi, dan nilai-

nilai sosial yang dapat dimanfaatkan oleh individu untuk mengumpulkan, memeroses, dan mempertukarkan informasi dengan individu lain. Dari asal katanya, teknologi berasal dari bahasa Latin "*texere*", yang berarti menyusun atau membangun, sehingga teknologi tidak seharusnya dibatasi pada penggunaan mesin-mesin saja. Selama tahun 1980-an, komunikasi berkembang menjadi entitas penting dalam proses tukar-menukar informasi menggunakan basis "*many to many*". Basis ini dilakukan melalui sistem komunikasi yang terkomputerisasi. Hal ini yang pertama kali disebut sebagai teknologi komunikasi baru. Teknologi komunikasi baru ini memungkinkan terjadi proses interaksi antar-pengguna (interaktif). Munculnya teknologi komunikasi baru ini membuat perubahan pada karakteristik komunikasi antar-manusia (Junaedi, 2011: 7-8).

Komunikasi yang dilakukan masyarakat tentunya juga ada sebagian yang bermuatan politik. Di era menjelang reformasi dulu kita melihat komunikasi politik masyarakat dilakukan lewat media massa, seperti koran, majalah, tabloid, dan lain-lain. Komunikasi politik juga dilakukan melalui rapat-rapat atau pertemuan-pertemuan klandestin (bawah tanah), termasuk menyebarkan leaflet, pamflet, dan selebaran berisikan kritik terhadap rezim Soeharto yang berkuasa saat itu. Tentunya hal ini dilakukan untuk menghindari tekanan dan opresi pemerintah Orde Baru ketika itu. Tiadanya kebebasan demokrasi dalam bentuk pelarangan kebebasan berpendapat di muka umum membuat komunikasi politik rakyat tidak bisa dilakukan di ruang-ruang publik, karena setiap komunikasi politik yang muncul di-*screening* sedemikian rupa oleh penguasa agar tidak membahayakan rezim. Sebaliknya, komunikasi politik yang dilakukan rezim Soeharto berjalan satu arah kepada masyarakat, yang isinya sangat partikularis untuk kepentingan rezim saja. Komunikasi politik yang dilakukan pun masih konvensional, yaitu melalui media cetak, radio, dan televisi (Efriza dan Indrawan, 2018: 167).

Akan tetapi, saat ini komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat bersifat lebih bebas, bukan hanya karena eranya sudah demikian (reformasi), tetapi perkembangan teknologi membuat penggunaan ruang publik dapat diinisiasi melalui ruang-ruang privat yang bernama media sosial. Tidak ada lagi pembatasan kebebasan berpendapat yang dilakukan oleh rezim yang berkuasa, malah kecenderungan komunikasi politik masyarakat dilakukan secara keblabasan mulai terlihat. Komunikasi politik bisa dilakukan sebebaskan-bebasnya dengan hanya sedikit limitasi dari penegak hukum. Semua ini bisa terjadi karena perkembangan teknologi yang luar biasa, terutama melalui internet, sehingga muncul saluran-saluran baru, di mana masyarakat bisa berkomunikasi politik secara lebih bebas, lebih cepat, dan pastinya lebih memiliki dampak yang sangat luas karena dilakukan di ruang publik yang bernama dunia maya (Efriza dan Indrawan, 2018: 167).

Kehadiran media sosial sebagai media baru, membuat internet sebagai sarana yang paling tepat digunakan untuk menyebarluaskan pengaruh dan dampak dari media sosial tersebut. Ketika media konvensional tidak selalu membutuhkan internet, media sosial (dan media-media baru lainnya

nantinya) sangat bergantung pada layanan internet. Media sosial tidak akan ada tanpa kehadiran internet, karena eksistensinya memang membutuhkan kolaborasi yang seimbang antara keduanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media massa dalam konteks diseminasi informasi di dunia tidak bisa dilepaskan dari internet, sehingga menciptakan iklim komunikasi politik yang berada dalam ranah multimedia (Efriza dan Indrawan, 2018: 168).

Kehadiran media baru ini merupakan bagian tiga generasi dari komunikasi politik, seperti Blumler dan Kavanagh dalam Heryanto, yang menamakannya "*third age of political communication*". Menurut mereka, media cetak dan penyiaran, seperti televisi dan radio, tidak lagi dijadikan rujukan utama dalam proses komunikasi politik. Hal ini disebabkan oleh semakin masifnya penggunaan internet sebagai sumber utama masyarakat dalam mencari informasi mengenai berita-berita atau peristiwa-peristiwa politik. Apalagi, dalam media sosial katakanlah, proses pencarian informasinya pun bersifat dua arah. Masyarakat dapat berpartisipasi langsung (dinamis), tidak hanya menunggu (pasif).

Terdapat tiga generasi komunikasi politik dilihat dari dinamika komunikasi politik tersebut. Generasi pertama disebut retorika politik, di mana kemampuan berbicara (seni berbicara) memegang peranan yang sangat penting karena banyak pesan-pesan dalam komunikasi ditujukan terhadap kemampuan tersebut. Generasi kedua memperlihatkan dominasi dari peran media massa yang diklasifikasikan sebagai media arus utama (mainstream). Kemudian, generasi ketiga adalah munculnya perkembangan dari apa yang kita bahas dalam tulisan ini, yaitu media baru (Heryanto dan Rumaru, 2013: 161).

Platform media cetak, audio, dan video memberikan kesempatan bagi pengguna untuk melakukan komunikasi secara dua arah. Hal ini adalah akibat dari digunakannya internet oleh platform-platform tersebut. Informasi yang beredar di internal sulit untuk dikontrol. Itu sebabnya internet disebut sebagai media baru yang revolusioner. Kontrol informasi dan adanya lembaga pengawas adalah ciri khas dari media cetak dan televisi, yang tidak ada lagi di internet. Alhasil, internet berkembang menjadi sebuah bentuk "media" yang sulit untuk dikendalikan, termasuk oleh pemerintah (Heryanto dan Zarkasy, 2012: 57-58).

Ciri-ciri yang membuat internet berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya, adalah dengan adanya penggunaan multimedia, *hypertextual*, *dispersal*, *virtuality*, dan *interactivity*. Multimedia dimengerti sebagai sebuah medium yang di dalamnya terdapat banyak konten. Konten-konten tersebut adalah perpaduan antara teks, audio, video, gambar (image), animasi, dan ragam konten interaktif lainnya.

Karakteristik multimedia dapat kita pahami sebagai medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, *image*, animasi, video dan bentuk konten interaktif. *Hypertextual*, dipahami sebagai sebuah

teks yang dapat mengizinkan kita mengakses teks-teks lain. Sebagai contoh, sebuah tautan yang terdapat di dalamnya, cukup di klik satu kali saja untuk menghubungkan kita dengan halaman atau situs lain dengan substansi teks yang pastinya juga berbeda (Efriza dan Indrawan, 2018: 169).

Kemudian, *dispersal*, yakni produksi, distribusi, dan konsumsi tidak terpusat. Hal ini karena setiap pengguna internet dapat sesuka hati berperan menjadi produsen, distributor, atau hanya sekadar konsumen (*personal freedom*). Inilah yang membuat media baru dianggap sebagai media yang bersifat pribadi (*individually*), sehingga dapat menjadi hal biasa dalam kehidupan sehari-hari penggunaannya. Berikutnya, *virtuality*, adalah karakter unik yang dimiliki media baru, karena terkait dengan persepsi kita terhadap objek-objek *immaterial*.

Sekalipun kita sering menyebut media baru dengan dunia maya, akan tetapi, walaupun tidak secara fisik, nuansa “kehadirannya” muncul secara virtual. Hal ini yang membuat media baru memiliki karakter budayanya sendiri, namun bukanlah budaya seperti pada umumnya yang dimanifestasikan secara nyata, namun sebuah budaya digital. *Interactivity* memberikan kesempatan interaksi bagi komunikator di antara sesama komunikator. Komunikator-komunikator tersebut, selain dapat berinteraksi secara daring, juga dapat menciptakan konten-konten pesan mereka sendiri untuk kemudian dipublikasikan. Sebagai contoh, ketika komunikator berkomunikasi via email atau fitur *chat* di media sosial, maka mereka sadar bahwa internet memungkinkan mereka berkomunikasi secara dua arah (Efriza dan Indrawan, 2018: 169-170).

Media konvensional menunjukkan bahwa antara komunikator dan khalayaknya digambarkan sebagai hubungan satu arah *one-to-many-relationship*, sementara internet dapat dilihat sebagai sarana komunikasi satu arah, dua arah, satu ke banyak, maupun banyak ke satu seperti halnya media konvensional. Meski dalam realitanya sebenarnya, interaksi tersebut terjadi antara manusia dengan komputer, namun dalam budaya baru, yaitu budaya virtual, komunikasi terjadi tidak hanya satu arah (Wardhani dan Makkuraga, 2012: 185).

Berkembangnya media baru menjadi lebih dinamis membuat media lama atau konvensional harus menghadapi tantangan yang tidak mudah. Media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, *interactive blogs* melahirkan interaksi antar-masyarakat yang dinamakan jurnalisme warga. Jurnalisme warga ini memungkinkan adanya koneksi antara pencari dan penyedia informasi. Atas dasar itu, eksistensi dari media konvensional akan berkurang karena proses diseminasi informasinya terbatas ruang dan waktu.

Kita juga harus memahami tentang apa arti baru (*new*) dari konsep media baru yang sedang kita pelajari. Media baru bukanlah teknologi saja. Pemahaman kita harus jauh melebihi itu. Kita harus sadar bahwa perkembangan teknologi akan membawa perubahan pada banyak bidang di dalam kehidupan manusia. Perubahan-perubahan tersebut berujung pada tiga

hal berikut. Pertama, peralatan terkait dengan teknologi yang dipergunakan memungkinkan individu dapat memperluas kemampuan berkomunikasi. Kedua, kegiatan dan praktek komunikasi dalam media baru dapat meningkatkan kemampuan individu dalam penggunaan alat teknologi. Ketiga, penggunaan alat dan praktek dalam media baru akan membentuk nilai-nilai sosial dan sistem pengorganisasian yang baru pula (Junaedi, 2011: 53).

Media sosial sebagai bagian dari media baru memang menghadirkan cara pandang baru terkait bagaimana manusia memaknai arus informasi yang di era globalisasi ini "*berseliweran*" dimana-mana. Media sosial memang memberikan informasi, yang bagi manusia modern adalah bagian dari kebutuhan primer, hanya saja akurasi dan kebenaran dari informasi tersebut membutuhkan verifikasi lanjutan. Bedanya dengan media konvensional, di mana ada aturan hukum yang melingkupi setiap aliran informasi yang ditampilkannya, dalam konteks media sosial hal tersebut sama sekali tidak ada. Maka, tak heran muncul terminologi "*hoax*", "*fake news*", "*false news*", dll. Apalagi, media sosial berada dalam ranah daring (Junaedi, 2011: 50).

Sifat media sosial adalah daring, alias sangat membutuhkan internet. Hal tersebut membuat penggunaannya sangat mudah untuk terlibat berpartisipasi. Partisipasi dalam hal ini artinya adalah kemudahan berbagi dan menyampaikan informasi, kemudahan juga dalam membuat konten, pesan, atau isi yang akan disampaikan kepada khalayak, dan mengomentari masukan-masukan yang diterima, di mana semua hal tersebut terjadi secara cepat tanpa batasan-batasan yang restriktif. Harian Kompas di awal tahun 2011 menuliskan secara bombastis bahwa dari dua belas manusia di bumi, satu orang pasti mempunyai akun media sosial *Facebook*. Media sosial yang mengandalkan jaringan internet ini dapat memberikan koneksi terhadap lebih dari satu miliar manusia di seluruh dunia. *Facebook* kemudian berhasil memetakan pola hubungan-hubungan sosial diantara manusia-manusia penggunaannya itu. Ini berarti *Facebook* merupakan media yang mampu menciptakan sistem baru dalam pertukaran informasi. Konsekuensi yang tak terelakkan adalah, situasi ini mengubah cara hidup banyak orang (Junaedi, 2011: 51).

Keberhasilan Facebook sampai sekarang ini yang sudah melebihi satu miliar pengguna, serta mampu menciptakan jaringan konektivitas yang luar biasa melalui media sosial, tidak pernah diperkirakan sebelumnya. Kesempatan yang diberikan Facebook untuk memungkinkan manusia untuk melakukan proses interaksi tanpa halangan waktu, tempat, dan jarak, sangatlah luar biasa. Mengingat seperti ramalan Marshall McLuhan, bahwa perkembangan teknologi akan menghantarkan manusia menuju "*Electronic Revolution*", dan suatu saat nanti akan berkembang menjadi "*Global Village*". Saat ini, ramalan McLuhan itu sudah terjadi dengan perkembangan internet Littlejohn mengomentari ramalan tersebut dengan kalimat berikut ini, *McLuhan's time had finally arrived with the inception of instantaneous information provided by the internet* (Junaedi, 2011: 52).

Peran teknologi, terutama internet, menjadi kata kunci dalam perubahan-perubahan yang terjadi melalui media sosial. Teknologi internet menjadi faktor yang memungkinkan (*enabler*). Sebagai media daring, teknologi ini dapat dengan mudah diakses kapan pun, dimana pun, dan oleh siapa pun. Daya jangkau internet yang global memungkinkan terjadinya konektivitas dan interaktivitas yang tinggi. Hal ini membuat internet sarana yang efisien dalam proses komunikasi. Termasuk untuk media sosial, di mana penggunaannya makin hari makin banyak, belum termasuk jasa penyediaannya seperti Facebook dan Instagram. Meningkatnya jumlah pengguna ini berdampak pada media konvensional tentunya, karena akses informasi akan lebih cepat didapatkan masyarakat melalui media sosial. Perbedaan karakteristik, khalayak, dan faktor-faktor pembentuk antara media sosial dan media *mainstream* inilah yang membawa perubahan signifikan dalam kajian-kajian komunikasi (Junaedi, 2011: 52).

Kemudian, 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, yang menggunakan teknologi internet, membuat setiap orang mampu berkomunikasi politik kapan pun ia inginkan. Konten-konten politik menjadi lebih mudah ditemui di dalam akun-akun media sosial masyarakat, karena aksesnya sangat terbuka. Masyarakat memiliki kebebasan dalam berkomunikasi politik, seperti memberikan komentar terkait kebijakan-kebijakan politik yang dirumuskan oleh para elit politik. Oleh karenanya, terjadi dua level komunikasi secara bersamaan, yaitu komunikasi pada level interpersonal dan komunikasi pada level media massa. Kondisi demikian mengakibatkan pesan yang bersifat desentralisir karena produsen dapat sekaligus sebagai konsumen dan sebaliknya; komunikasi berlangsung dalam dua arah antara produsen dan konsumen; dalam pengelolaan pesan berada di luar kontrol negara; terbentuk demokrasi; dan berorientasi pada individu (Junaedi, 2011: 55).

Dilihat dari sisi elit politik, media sosial sekarang menjadi corong utama komunikasi politik mereka terhadap masyarakat. Berbagai kebijakan, usulan kebijakan, pernyataan, dan komentar-komentar lainnya terkait permasalahan politik, dapat dilakukan melalui media sosial. Selain akses yang sangat terbuka dan juga mudah, ongkos yang dikeluarkan juga lebih rendah daripada menggunakan media *mainstream* atau melakukan pertemuan-pertemuan publik secara fisik. Selain bersifat sentralistik (hanya satu arah), menggunakan media *mainstream* juga membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hasil menggunakan media sosial pun sangat signifikan karena dapat menjangkau setiap lapisan masyarakat, termasuk mendapatkan *feedback* dari mereka. Fakta ini memperlihatkan sebuah fenomena, yaitu penggunaan media sosial menjadi sebuah medium efektif untuk digunakan pada khazanah kajian komunikasi politik (Efriza dan Indrawan, 2018: 173).

Terkait komparasi antara media *mainstream* dengan media baru, dalam hal ini media sosial, dalam kajian teori media secara mikro peran media

mainstream sebagai produsen terlihat sekali bersifat sentralistik. Apa yang disampaikan media melalui pesannya yang searah (dari media kepada khalayak) akan menghasilkan teori-teori yang memperlihatkan determinan media terhadap khalayak. Pada kelompok makro, juga memperlihatkan kekuatan media dari sisi konten terhadap sistem sosial masyarakat. Akan tetapi, semua pengertian dan pemetaan ini akan bergeser, bahkan berubah secara total, bila dimasukkan dalam era media baru. Keberhasilan teori-teori media *mainstream* yang sangat tergantung pada produksi pesan komunikator kepada konsumennya, akan sangat berlainan dalam era media baru, di mana produsen pesan akan sekaligus berperan sebagai konsumen. Kemudian akan muncul kondisi, di mana penggunaan masing-masing teori menjadi kabur atau tidak jelas (Junaedi, 2011: 57).

Selanjutnya, media sosial tidak hanya satu-satunya yang dapat diklasifikasikan sebagai media baru. Contoh lainnya, adalah mesin pencari raksasa (*search engine*), dikenal juga dengan istilah *news aggregator*, seperti Google, Yahoo, Bing, Never, dsb. Kemudian, ada jasa penyaring berita (*news filtering service*), contohnya Line Today dan Indonesia Indikator. Ada juga kegiatan jual beli secara daring, disebut E-Commerce. Semua jenis media baru ini dapat membentuk opini dalam masyarakat (*public opinion maker*) karena masifnya sifat pemberitaannya (Aji dan Indrawan, 2019: 91-92).

News aggregator adalah salah satu contoh yang penulis ingin bahas. Media baru jenis ini beroperasi dengan menunjukkan situs berita dengan jumlah akses terbanyak di halaman pertama pencariannya. Problemnnya adalah, hasil pencarian ini dilakukan secara kuantitatif, dengan tidak melakukan pengecekan atau verifikasi terdapat substansi berita yang ditampilkan tersebut. Ditambah lagi, situs berita yang menyajikannya pun tidak terverifikasi. Selain itu, jasa penyaring berita pun kerap menjadi masalah. Dikarenakan kuantitas dari berita yang ada di dunia maya sangatlah banyak, media baru ini hanya melakukan beberapa penyaringan saja terhadap berita-berita yang ada. Misalnya, dari dua puluh situs berita, jasa ini hanya menyaring dua atau tiga situs saja. Sekalipun dimudahkan, pembaca tidak mendapat informasi secara berimbang terkait pemberitaan sebuah peristiwa karena berita yang tampil dipilihkan oleh jasa penyaring berita tersebut. Karena itulah, melalui media baru, siapa saja dapat berperan aktif membicarakan tentang suatu topik tertentu, utamanya politik. Berbagai opini akan banyak kita temui, sehingga seseorang, yang hanya masyarakat biasa sekalipun, tiba-tiba dapat menjadi terkenal karena opini dan tulisannya (Aji dan Indrawan, 2019: 92).

Dampak keberadaan sosial media juga mengharuskan partai politik, pemerintah, dan lembaga DPR untuk dengan segera menanggapi semua input yang masuk. Saat ini masyarakat memiliki kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan lembaga-lembaga di atas, untuk beropini, berkomentar, bahkan sampai menyampaikan tuntutan. Atas dasar itulah, diperlukan pemahaman mengenai dampak dari kehadiran media baru, utamanya sosial media, yaitu sebagai berikut:

1. Menyediakan peluang untuk berkomunikasi lebih banyak dan memberi ide, informasi, dan opini.
2. Membuka kesempatan baru untuk berkomunikasi langsung dengan khalayak walaupun dapat menimbulkan risiko seperti berkembangnya informasi negatif. Komunikasi menjadi lebih personal dan dapat berlangsung tanpa perantara.
3. Meningkatkan komunikasi dan informasi secara cepat dan tepat dengan berbagai isu.
4. Membuka kesempatan untuk meraih khalayak dengan efektif dan efisien.
5. Membuka kesempatan untuk meraih khalayak baru dari kelompok muda atau usia yang tidak tersentuh oleh media *mainstream* yang biasa digunakan oleh organisasi.
6. *Blog* dan media sosial membuka komunikasi secara global.
7. Media baru memungkinkan organisasi untuk memperoleh data atau informasi secara cepat tentang bagaimana pendapat publik terhadap organisasi pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan partai politik (Aji dan Indrawan, 2019: 108-109).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa media baru memberikan banyak peluang untuk meningkatkan komunikasi eksternal yang efektif dan efisien. Tapi, kehadirannya tentu disertai beberapa hal yang harus diwaspadai. Pertama, media baru menciptakan *cyber selfishness*, (keegoisan pengguna internet), maksudnya menghasilkan banyak orang-orang yang tidak bertanggungjawab secara sosial. Kedua, sekalipun ruang dan waktu tidak terbatas, hal tersebut tidak berlaku untuk pertemuan langsung secara fisik. Oleh karena tidak bertemu dengan lawan bicara secara langsung, kemungkinan terjadi penipuan atau pembohongan di dalam dunia maya cukup tinggi. Ketiga, terjadinya berita atau tulisan yang dianggap tidak sesuai (*hoax*), maka dengan cepat komentar akan mengiringinya, sehingga pihak organisasi atau perorangan yang memiliki kepentingan untuk pembangunan citra semestinya harus memiliki pengetahuan dan literasi terhadap dampak media baru (Aji dan Indrawan, 2019: 110).

Dampak dari berkembangnya media baru ini sebenarnya sudah terlihat cukup lama Sejak tahun 2010, mulai terjadi kemandekan demokrasi di dunia, bak menjadi arus balik dari gelombang demokratisasi ketiga. Namun di tengah kegalauan itu, sebuah perkembangan tak terduga terjadi di Timur Tengah dan Afrika Utara, kawasan yang selama ini seperti tak ikut ambil bagian dari tiga gelombang demoraktisasi dunia. Revolusi rakyat menggulung rezim-rezim otoritarian sejak awal 2011. Aksi bakar diri seorang pedagang asongan di Tunisia, Muhammad Bouazizi mencetuskan Revolusi Melati yang menumbangkan Presiden Zine al-Abidin Ben Ali, otokrat yang telah berkuasa selama 23 tahun, pada 14 Januari 2011. Dari negara Arab Maghribi itu, revolusi menyeberang ke Mesir dan menumbangkan Husni Mubarrak yang telah berkuasa selama 30 tahun pada 11 Februari 2011 (Efriza dan Indrawan, 2018: 176).

Ini terjadi terutama generasi web 2.0 mulai memasuki relung-relung kehidupan rakyat di Timur Tengah. Dengan menggunakan media internet, aktivis prodemokrasi yang selama ini kesulitan untuk menyuarakan suaranya melalui media massa konvensional menemukan jalan baru dalam menyuarakan demokrasi. Pada tanggal 18 Desember 2010, demonstrasi besar terjadi di Tunisia karena kematian Bouazizi tersebar dengan cepat di internet, utamanya melalui media sosial, ke seantero negeri itu. Demonstrasi besar itu akhirnya membuat Presiden Ben Ali jatuh pada tanggal 14 Januari 2011 (Efriza dan Indrawan, 2018: 176-177).

Di Mesir, aksi massa juga terjadi secara masif dimulai tanggal 25 Januari 2011. Oleh karena aksi itu, pemerintah Mesir memutuskan jalur komunikasi, yaitu telepon dan internet. Langkah memutuskan jaringan internet ini merupakan aksi kali pertama dan terbesar sepanjang sejarah internet di dunia. Hal ini dilakukan Mesir untuk menanggapi aksi demonstrasi warga yang menuntut Presiden Hosni Mubarak mundur, dan juga mencegah demonstrasi merebak lebih luas. Aksi massa yang terus menerus membuat Presiden Mesir kala itu, Hosni Mubarak, lengser dari jabatan yang sudah puluhan tahun diembannya (Efriza dan Indrawan, 2018: 177-178).

Ternyata, "Musim Semi Arab" (*Arab Spring*) belum memperlihatkan tanda berhenti. Dari dua negara itu, angin revolusi berembus tanpa ampun dan mengincar rezim-rezim otokrasi lainnya di Timur Tengah dan Afrika Utara, lalu menumbangkannya, seperti Libya (2011) dan Yaman (2011). Isunya memang bukan lagi sekadar kemiskinan dan pengangguran seperti panggung dramatis Bouazizi. Isunya sudah berkembang menjadi persoalan perlawanan dan penindasan. Angin perubahan kini sedang melanda jantung dunia Islam, menggulung para despot dan otokrat yang telah berurat-berakar. Sehingga ada yang berasumsi bahwa gelombang demokratisasi keempat telah dimulai. Sebuah gelombang yang memperlihatkan gelagat akan menyapu yang tersisa, yang tak tersentuh gelombang demokratisasi pertama (1828-1926), kedua (1943-1962), dan ketiga (1974-2000). Gelombang demokratisasi keempat ini hadir tak bisa dilepaskan dari publik menemukan media baru untuk menyampaikan aspirasinya (Efriza dan Indrawan, 2018: 178-179).

Internet telah menjadi bagian dari proses komunikasi politik yang memungkinkan publik bersuara lebih bebas tanpa ada lagi ketakutan terhadap sensor yang dilakukan redaksi maupun pihak-pihak di luar redaksi, terutama aparat pemerintah. Dan patut diakui dan dipahami bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology*) melalui web 2.0 semakin mengukuhkan dominasi media dalam kehidupan manusia. Jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Blog, YouTube, dan sejenisnya menjadi media baru yang mengumpulkan manusia dalam perkampungan global (*global village*) (Rohaniah dan Efriza, 2017: 139-140).

Peristiwa *Arab Spring* ini adalah contoh kasus dari dampak interaksi baru yang dihasilkan oleh media baru, di mana jenis interaksi komunikasi manusia tidak lagi langsung, tetapi tidak langsung. Akibat yang ditimbulkan

oleh jenis interaksi baru ini, adalah kemungkinan bagi beberapa orang untuk mengalami satu fenomena secara bersama-sama, walaupun berada dalam lokasi yang terpisah. Hal ini disebut sebagai fenomena “*the doubling of space*” atau fenomena penduplikasian suatu lokasi. Walaupun pengguna media berada di lokasi yang berbeda dan saling berjauhan, bahkan dalam zona waktu yang berbeda pula, mereka tetap dapat melihat kejatuhan rezim Ben Ali, Mubarak, Gaddafi, dan Ali Abdullah Saleh, bersamaan dengan mereka-mereka yang mengalaminya langsung di Tunisia, Mesir, Libya, dan Yaman. Konsep ruang dapat digandakan di, dan oleh media elektronik, termasuk media baru (Junaedi, 2011: 140).

Atas dasar itu pula, interaksi manusia yang didukung oleh media baru ini membawa dampak atau pengaruh positif dan juga negatif bagi kehidupan manusia. Di satu sisi, hubungan antarmanusia menjadi lebih mudah dan cepat. Akan tetapi, di sisi lain pengguna media baru ini dapat dengan mudah terbelenggu dengan interaksi yang terjadi secara virtual tersebut. Contohnya, apabila seseorang masuk terlalu dalam ke dalam hubungan atau interaksi interpersonal yang ia bangun di dunia virtual, maka ia dapat dengan mudah kehilangan kepekaan terhadap lingkungan fisik sekitarnya (Junaedi, 2011: 137).

Salah satu contohnya adalah penelitian Amalia dan Haris, yang melakukan analisis wacana dari sepuluh berita seputar terorisme. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa semua berita tersebut berupaya untuk menyudutkan Islam. Propaganda negatif terkait Islam yang dikaitkan dengan terorisme global adalah akibat dari diselewengkannya ajaran Islam, sehingga muncul interpretasi yang keliru. Islam dan umatnya akhirnya menjadi dibenci karena stigma yang tidak benar tersebut. Realitas yang terjadi ini pada akhirnya menunjukkan bahwa ternyata terdapat interdependensi media dalam memberitakan kasus seputar teroris. Dikhawatirkan bahwa kelompok teroris akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencari perhatian media massa agar aksinya mendapatkan sorotan publik. Aksi terorisme sangat membutuhkan liputan media karena mereka ingin melakukan propaganda dan pembenaran terhadap aksi-aksinya. Untuk itu, mereka mencari sensasi agar mendapatkan perhatian media. Media pun menyambut hal ini karena dianggap sebagai sebuah berita yang akan mendapatkan banyak perhatian publik, serta dapat juga menjadikan media tersebut sebagai *leading newspaper* terhadap kompetitornya (Amalia dan Haris, 2019: 79).

Selanjutnya, pola manusia berinteraksi dewasa ini sudah berubah akibat dari perkembangan teknologi komunikasi. Tidak ada lagi batasan ruang dan waktu dalam berkomunikasi. Interaksi manusia yang dulunya dilakukan melalui proses tatap muka, sekarang bisa menggunakan media sebagai ekstensi. Interaksi sosial melalui media baru yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu tersebut mengurangi porsi interaksi tatap muka. Komunikator yang awalnya hanya bersifat pasif karena hanya mendapatkan informasi satu arah, sekarang dapat berpartisipasi, terutama dalam *user generated media*, seperti

Wikipedia, YouTube, ataupun Flickr. Dari situ jejaring sosial tersebut, komunitas-komunitas pun terbangun. Internet menjadi ajang bertemunya mereka yang memiliki pemikiran dan minat serupa (Junaedi, 2011: 142).

Secara politis, media sosial telah membuktikan perannya dalam beragam kegiatan politik. Contohnya adalah Barack Obama melalui kampanyenya di berbagai media sosial yang berbasis internet. Kemampuan media sosial dalam mengumpulkan massa memang sangat besar, contohnya dalam kasus mantan pimpinan KPK 2007-2009, Bibit Samad Riyanto dan Chandra Hamzah yang didukung banyak sekali masyarakat di *Facebook*. Selain itu, ranah kontestasi politik Indonesia juga tidak mau kalah. Kita melihat bagaimana para calon presiden 2014, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto menggalang dukungan publik melalui media sosial, sebagai salah satu medium utama kampanye mereka (Junaedi, 2011: 144).

Belum lagi betapa massifnya penggunaan media sosial dalam pertarungan politik “pilkada rasa pilpres”, dalam pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang lalu. Secara khusus dalam kontestasi tersebut, adalah penggunaan media sosial terkait kasus Ahok. Saat Ahok dituduh melakukan penistaan agama, muncullah demonstrasi dan pengerahan massa besar-besaran di Jakarta. Informasi terkait hal itu tentunya disampaikan melalui platform media-media baru, sehingga peserta aksinya bisa mencapai ratusan ribu orang (Indrawan, 2017: 178).

Para konsultan politik dewasa ini juga mulai menggunakan *cyberspace* sebagai wahana melakukan kampanye politik. Di masa depan, kampanye-kampanye politik akan bermain di ranah siber. Pelaku perdagangan juga sudah memulai cara ini melalui konsep memasarkan produknya melalui media baru yang bernama *E-Commerce*. Para konsultan politik ini meniru cara tersebut dengan melakukan *political branding* terhadap klien-klien mereka (Indrawan, 2019: 10-11).

Contoh lain penggunaan media baru dalam politik, adalah penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye. Cara berkampanye seperti ini dilakukan oleh pasangan calon Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum saat mencalonkan diri dalam Pilkada Jawa Barat tahun 2018 yang lalu. Pasangan ini menggunakan secara efektif media sosial untuk berkampanye. Dalam kampanyenya, calon gubernur ini mempublikasikan kegiatan-kegiatan, serta program-program mereka lebih dari sepuluh kali setiap harinya di media sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram* (Makkuraga, 2017: 61).

Terakhir, media sosial dapat menjadi tempat bertemu para *stakeholder* dalam politik yang terpisah ruang dan waktu. *Stakeholder* tersebut, seperti penguasa, pejabat, politisi, partai, kelompok-kelompok politik lainnya, dan tentunya juga masyarakat. Media sosial memungkinkan terjadinya *cyber democracy*, yaitu di mana media sosial dapat digunakan untuk menunjang aktivitas komunikasi politik. Contohnya, penguasa yang ingin menyampaikan kebijakan publik, politisi atau partai yang ingin melakukan pencitraan atau kampanye untuk pemilihan umum, dan masyarakat yang ingin mengkritik sebuah kebijakan atau aturan yang dibuat oleh penguasa. Semua interaksi ini dilakukan di dalam dunia maya.

KESIMPULAN

Internet dalam konteks komunikasi politik adalah medium utama dalam perkembangan teknologi, khususnya media baru, dalam hal ini media sosial. Sifatnya yang daring membuat media jenis ini mudah untuk dijangkau oleh siapa pun dan di mana pun. Jangkauan global internet membuat konektivitasnya sangat efisien dan fleksibel untuk digunakan sebagai sarana dalam proses komunikasi politik.

Beragam informasi, dalam bentuk gagasan, ide, tuntutan, sampai protes, dapat disampaikan melalui ranah daring, yaitu internet. Internet pun memiliki kecepatan yang jauh melebihi media-media konvensional lainnya, seperti televisi atau media cetak. Konektivitas sesama masyarakat, maupun antara infrastruktur dan suprastruktur politik, dapat dilakukan tanpa melalui batasan ruang dan waktu. Saat ini komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat bersifat lebih bebas, bukan hanya karena eranya sudah demikian, tetapi perkembangan teknologi membuat penggunaan ruang publik dapat diinisiasi melalui ruang-ruang privat, yang bernama Facebook, Twitter, Instagram, You Tube, Line Today, dan sebagainya, yang masuk dalam kategori media baru.

Kehadiran media baru di Indonesia mengubah secara drastik perjalanan politik dan demokrasi bangsa ini. Di era Orde Baru, kebebasan berpendapat adalah suatu hal yang sangat dibatasi, bahkan cenderung tabu. Namun, di era globalisasi seperti sekarang ini hampir tidak ada lagi batasan bagi setiap warga negara atau masyarakat untuk menyuarakan pendapat dan ekspresinya. Di era multimedia, seperti sekarang ini, berpendapat adalah bagian esensial dari kehidupan manusia. Pendapat-pendapat itu tak jarang memiliki konten politik. Atas dasar itulah, komunikasi politik di era ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan, karena secara kuantitasnya sudah dilakukan secara masif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. A., & Indrawan, J. (2019). *Cyberpolitics: Perspektif Baru Memahami Politik Era Siber*. Depok: Rajawali Pers.
- Amalia, A., & Haris, A. (2019). Wacana Islamophobia di Media Massa. *Jurnal Medium*, 7(1), 71-81.
- Arifin, A. (2014). *Politik Pencitraan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Efriza & Indrawan, J. (2018). *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Heryanto, G. G. (2011). *Dinamika Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Laswell Visitama.
- Heryanto, G. G., & dan Rumar, S. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Heryanto, G. G. & Zarkasy, I. (2012). *Public Relations Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Indrawan, J. (2017). Dampak Komunikasi dan Opini Publik terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Wacana*, 16(2), 171-179.
- Indrawan, J. (2019). Cyberpolitics sebagai Perspektif Baru Memahami Politik Era di Siber. *Jurnal Politika*, 10(1), 1-15.
- Junaedi, F. (ed). (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.

-
- Makkuraga, A. (2017). Penggunaan New Media sebagai Sarana Kampanye Politik Pada Kontestasi Pilkada Jabar 2018. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(2), 55-68.
- Moelong, L. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (1997). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rohaniah, Y., & Efriza. (2017). *Handbook Sistem Politik Indonesia: Menjelajahi Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Wardhani, D., & Makkuraga, A. (ed). (2012). *The Repotition of Communication In The Dynamic of Convergence: Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi*. Jakarta: Kencana.