

## Komunikasi Politik Digital di Indonesia

Farid Nofiard

Universitas Lambung Mangkurat

*email: farid.nofiard@ulm.ac.id*

**Abstrak:** Kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mencari informasi saat ini telah mengalami pergeseran yang tadinya dianggap media televisi dan media cetak sebagai sarana informasi teraktual berubah menjadi lebih cenderung kepada media digital sebagai media utama mencari informasi. Hal ini sejalan dengan tuntutan revolusi industri 4.0 yang menuntut masyarakatnya serba digital, perhatian yang besar masyarakat Indonesia terhadap internet menjadi peluang bagi aktor politik beralih kepada media digital sebagai sarana komunikasi politiknya. Melalui penelitian dengan metode studi kepustakaan yang bersifat deskriptif peneliti mencoba mengamati melalui berita *online*, majalah ilmiah, berita televisi dan literasi digital terkait komunikasi politik yang dibangun oleh aktor politik di Indonesia saat ini. Didapati hasil komunikasi politik yang dibangun melalui media digital lebih efektif karena pesan politik lebih mudah tersampaikan berkat perhatian yang besar masyarakat Indonesia terhadap internet. Selain itu dengan media digital dapat lebih menghemat waktu dan biaya dalam penyampaian pesan politik. Komunikasi politik digital ini selain untuk *personal branding* juga dapat digunakan untuk menyelesaikan konflik antara pemerintah dan masyarakat.

**Kata Kunci :** Komunikasi Politik, media digital, masyarakat digital.

**Abstract :** The habits of the Indonesian people in seeking the information at this time have experienced a shift from what was previously considered television and print media as a means of actual information, turning to digital media as the main media for seeking information. This is in line with the demands of the industrial revolution 4.0 which demands an all-digital society, the great attention of the Indonesian people to the internet is an opportunity for political actors to turn to digital media as a means of political communication. Through research using descriptive literature study methods, researchers try to observe through online news, scientific magazines, television news, and digital literacy related to political communication built by political actors in Indonesia today. It was found that the results of political communication built through digital media were more effective because political messages were more easily conveyed thanks to the great attention of the Indonesian people to the internet. In addition, digital media can save time and cost in delivering political messages. This digital political communication, apart from personal branding, can also be used to resolve conflicts between the government and society.

**Keyword :** Political Communication, digital media, digital society

### **PENDAHULUAN**

Penyebaran virus Covid 19 yang begitu masif pada tahun 2020 di Indonesia memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Berbeda dengan penyebaran *Avian Influenza* (flu Burung) yang mengharuskan manusia untuk

menjaga jarak dengan unggas, Covid 19 mengharuskan manusia menjaga jarak dengan manusia lainnya untuk mencegah penularannya. Dengan dalih kesehatan pola kehidupan masyarakat dipaksa jungkir balik yang sebelumnya dapat dilakukan secara tatap muka harus dilakukan secara daring.

Dengan tertutupnya interaksi masyarakat secara tatap muka ternyata membuka ruang digital dengan begitu lebar. Semua aspek kehidupan harus berinovasi dalam menjawab tantangan zaman. Dunia pendidikan harus mengubah model pembelajaran dengan pola daring, dunia bisnis berlomba lomba menyajikan kenyamanan pelayanan digital, hal ini ditandai dengan bermunculan bisnis secara *online* baik jasa maupun perdagangan. Sebuah fenomena kesehatan yang sangat memberikan dampak yang sangat besar pada sosial, ekonomi dan politik masyarakat.

Derasnya arus internet dengan disertai kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkannya telah mengubah moda komunikasi masyarakat Indonesia. Senada dengan tuntutan revolusi industri 4.0 yang menuntut masyarakatnya untuk serba digital, masyarakat Indonesia sudah mulai beradaptasi dengan tuntutan itu. Karakteristik masyarakat yang serba digital atau yang lebih kita kenal dengan istilah *digital society* adalah merupakan suatu pertanda penting bergulirnya era revolusi industri 4.0 memberikan tantangan baru dalam setiap bidang kehidupan tidak terkecuali di dalam komunikasi politik. Akses internet sepertinya bukan barang langka lagi bagi masyarakat Indonesia menurut data yang di kemukakan oleh APJII jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung dengan internet pada tahun 2021 mencapai 272.682.600 jiwa dari 210.062.769 jiwa penduduk Indonesia (Arif, 2022). Masyarakat Indonesia atau yang lebih populer dengan sebutan warga +62 termasuk pengguna sosial media dengan porsi yang besar, dalam kurun waktu 8 jam 36 menit terhubung ke dalam jaringan internet masyarakat Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 26 menit dalam penggunaan media sosial (Pertiwi, 2018). Dapat kita bayangkan begitu besarnya ruang digital yang ada di Indonesia, penggunaan media sosial yang besar ini merupakan salah satu pematik problematika kontestasi politik di Indonesia. Perhatian yang besar masyarakat Indonesia terhadap ruang digital merangsang insting para politisi untuk menjadikan ruang digital sebagai lahan basah perolehan suara dari masyarakat. Bila tidak bijak kontestasi politik dengan penggunaan media digital sangat mungkin memicu ketegangan dan konflik sosial di tengah masyarakat.

Perubahan moda komunikasi ini ternyata telah mengubah perilaku masyarakat Indonesia baik aktivitas ekonomi, sosial, kebudayaan maupun politik. Dalam aktivitas politik perhatian masyarakat Indonesia yang sangat besar kepada Internet menjadikan angin segar bagi politisi tanah air untuk membangun komunikasi politik di ruang digital. Kebebasan membagikan informasi yang disediakan ruang digital menjadi lahan basah bagi politisi untuk menyampaikan kepentingannya demi membangun opini baik dirinya di mata publik. Semua pergerakan politik yang dibutuhkan akan dengan mudah tersampaikan melalui media yang disediakan ruang digital.

Setelah lebih dari dua tahun fenomena covid 19 ini membayangi kehidupan masyarakat Indonesia, masyarakat Indonesia sudah mulai beradaptasi dengan pola kehidupan yang dibentuk oleh fenomena ini. Namun demikian masyarakat Indonesia enggan *move on* dari kehidupan serba digital yang sudah terlanjur memberi kenyamanan. Kampanye melalui ruang digital ternyata masih dirasa efektif dalam mendulang suara. Dengan pola interaksi politik melalui ruang digital ini menggeser perjalanan demokrasi Indonesia ke arah demokrasi digital atau E demokrasi.

Konsensus dalam perjalanan demokrasi digital tercipta dari dialog yang terbangun berkat ruang publik yang disediakan oleh ruang digital. Berkat akses internet penyampaian

informasi sangat cepat dan mudah didapatkan masyarakat, sehingga komunikasi politik dapat sangat mudah dibangun. Informasi yang di sampaikan secara *realtime* hadir diruang digital dan langsung dapat dikonsumsi oleh publik. Ruang digital menjadi ruang tanpa sekat yang kebal dari kekuasaan yang dominan. Setiap pengguna dengan bebas dapat menyampaikan opininya dan dapat dengan mudah memberikan penilaian terhadap informasi yang didapat di dalam ruang digital. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan komunikasi politik digital ini dinilai sebagai dampak positif dari penggunaan internet dalam komunikasi politik.

Ruang digital yang tanpa sekat ini membawa dampak positif dan juga dampak negatif. Kehadiran meme, hoaks, *cyber bullying* maupun *trolling* menjadi dampak buruk bagi komunikasi politik yang dibangun dalam ruang digital. Keriuhan pergunjangan politik yang dipicu oleh karakter anomus menjadi penyebab buruknya kualitas komunikasi politik yang dibangun dalam ruang digital.

Kajian tentang komunikasi politik digital di Indonesia ini menjadi menarik untuk di dikaji karena melalui pemahaman tentang komunikasi politik digital ini kita dapat melihat bagaimana perjalanan proses politik di Indonesia dan bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam komunikasi politik di Indonesia.

## **METODE**

Metode studi kepustakaan dianggap tepat digunakan untuk menganalisis dan memecahkan rumusan masalah penelitian. Penelitian ini bersifat analisis deskriptif yaitu maksudnya dengan cara data yang telah diperoleh diuraikan, dianalisis dan diberikan penjelasan agar memberikan pemahaman terhadap data yang telah diperoleh.

Data sekunder penelitian ini didapatkan dari pengamatan penulis melalui informasi yang disajikan di media televisi pada channel Kompas TV dengan tema menangkal Hoaks di Pemilu 2024 yang tayang tanggal 10 Oktober 2022, sosial media twitter akun @dennysiregar, @aniesbaswedan dan beberapa akun lainnya, media digital dari tribunnews, detik.com dan beberapa media digital lain, maupun majalah Ilmiah serta melalui beberapa jurnal berkenaan dengan komunikasi politik digital di Indonesia. Penggalan informasi terhadap data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber tersebut bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dengan cara menganalisis dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Komunikasi politik adalah sebuah proses penyampaian pesan-pesan politik oleh komunikator politik melalui sebuah media kepada komunikan untuk pencapaian kepentingan politik dari komunikator politik tersebut, komponen tersebut merupakan *input* untuk menentukan *output* dari sistem politik yang diinginkan (Shahreza, 2018).

Hal yang paling substansial dalam proses komunikasi politik adalah pesan politik. Pesan politik ini merupakan hasil karya dari komunikator untuk mencapai tujuan politik yang diinginkan. Dalam penyampaian pesan politik yang diinginkan memerlukan media yang merupakan saluran komunikasi perantara penyampaian pesan politik dari komunikator kepada komunikan. Dari saluran komunikasi inilah tercipta ruang publik yang kelak merupakan ruang diskusi politik dan dialog politik yang akhirnya melahirkan sebuah konsensus. Penyampaian pesan politik melalui ruang digital dianggap lebih efektif karena karakteristik dari ruang digital itu yang lebih independen. Melalui ruang digital dianggap lebih baik dibandingkan dengan menggunakan media cetak ataupun media televisi karena

lebih efisien dan praktis tanpa harus mengundang banyak wartawan dan melakukan konferensi pers secara khusus.

Salah satu bentuk komunikasi politik yang telah disajikan diruang publik adalah saat pertarungan pilpres 2019, secara mengejutkan Ir. H. Joko Widodo mengumumkan K.H Ma'ruf Amin sebagai pendampingnya menjadi calon wakil presiden. Belakangan diketahui bahwa langkah Ir. H. Joko Widodo memilih K.H Ma'ruf Amin ini sebagai bentuk komunikasi politiknya yaitu melalui *personal Branding* dari K.H. Ma'ruf Amin sebagai tokoh besar Islam Masyarakat Indonesia. Ternyata metode ini dinilai berhasil dan efektif dalam meraih simpati umat Islam masyarakat Indonesia dan pasangan calon presiden dan wakil presiden ini berhasil memenangkan kontestasi politik pada pilpres 2019 (Mujab & Irfansyah, 2020).

Tokoh politik lain yang menggunakan metode *personal branding* dalam membangun komunikasi politiknya adalah Ganjar Pranowo. Ganjar aktif menggunakan *instagram* sebagai sarana komunikasi politik untuk membangun persepsi masyarakat terhadap dirinya. Komunikasi dua arah yang dibangun Ganjar dengan mengoptimalkan *instagram* membentuk *image* dirinya sehingga komunikasi politiknya mudah dibangun. Pendistribusian pesan politik yang dilakukan Ganjar melalui media sosial memberikan dampak yang sangat besar terhadap upaya *personal branding* yang di lakukan Ganjar Pranowo dan memberikan hasil kedekatan ganjar dengan masyarakat (Rahman, 2021). Komunikasi politik dengan *personal branding* ini akan membutuhkan waktu dan biaya yang besar jika dilakukan secara konvensional, namun melalui sarana internet semua hal ini dapat dipangkas. Selain biaya yang lebih murah dan efisiennya waktu sasaran pesan politik yang diharapkan dapat dicapai dengan lebih tepat. Sebagai contoh dengan tanpa bantuan internet aktor politik tentu saja harus melakukan kampanye dengan anggaran yang sangat besar untuk pembentukan opini masyarakat terhadap dirinya, namun dengan bantuan internet semua itu menjadi mudah dan murah dilakukan hanya dengan membuat konten dan membagikan kepada pengikutnya.

Dalam perkembangannya penggunaan teknologi informasi telah menggeser ruang publik dari konvensional kepada ruang digital. Penggunaan jaringan internet telah menciptakan ruang publik yang baru. Ruang publik baru dianggap telah dilahirkan melalui kemunculan media sosial dan internet, ruang publik ini bebas diakses oleh siapa saja untuk kepentingan pemilik modal (Lim, 2012). Indonesia sendiri ruang digital sudah mulai terbentuk sejak peristiwa runtuhnya rezim Soeharto pada tahun 1998. Ruang digital tersebut sudah mulai terbuka seiring perhatian akan kehadiran internet sudah mulai terbuka, dimasa orde lama masyarakat menengah di Indonesia tidak dapat menyuarakan gagasan dan pendapatnya melalui media *mainstream*. Seiring dibukanya akses internet menghadirkan ruang digital yang bebas bagi masyarakat sipil untuk menyalurkan opininya terkait pemerintah. Derasnya laju akses internet saat itu dipandang mampu mengurangi kekuatan kontrol pemerintah terhadap informasi sehingga membuka ruang diskusi politik yang tidak dimungkinkan dilakukan oleh masyarakat dalam media luring (Zainal & Megasari, 2019).

Kecenderungan penggunaan media digital dalam penyampaian pesan politik ini melahirkan istilah baru yaitu demokrasi digital. Pada jurnal yang ditulis oleh witawan, mudana, sitompul, nur dan purnawibawa (Witawan & Mudana, 2022) dikemukakan enam pandangan demokrasi digital berdasarkan penggunaan media digital untuk komunikasi politik yang terbagi ke dalam dua dimensi yaitu:

## 1. Pandangan yang berpusat pada pemerintahan

Pertama adalah pandangan demokrasi legalis. Menurut pandangan ini permasalahan penting terkait minimnya informasi yang terdistribusi oleh negara dapat di selesaikan dengan bantuan media digital. Dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi negara akan bekerja lebih efektif. Kedua adalah demokrasi kompetitif. Dalam pandangan ini terjadi kompetisi antara partai dan pemimpin dalam meraih dukungan pemilih. Media digital dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan kampanye.

## 2. Pandangan yang berpusat pada warga

Ketiga adalah demokrasi peblisit. Pandangan ini menitik beratkan penggunaan media digital sebagai jaringan untuk melaksanakan jajak pendapat dan referendum elektronik untuk menciptakan ruang diskusi digital. Keempat adalah demokrasi pluralis. Pandangan ini menggunakan media digital sebagai sarana debat politik, mereka menekankan wacana debat bebas dan terbuka. Kelima adalah demokrasi partisipatif. Pandangan ini menggunakan media digital sebagai sarana promosi politik. Mereka menjadikan media digital sebagai instrumen penting penyebaran peran positif yang dapat diakses dengan bebas. Keenam adalah demokrasi lebertarian. Dalam pandangan ini berfokus kepada politik otonom warga negara dengan memanfaatkan komunikasi horizontal.

Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara Pemilu di Indonesia juga menggunakan media internet sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada pemilih. Sikap politik masyarakat Indonesia juga turut dibentuk berkat informasi kritis yang disajikan oleh media sosial. Media sosial ini membentuk jejaring yang menghadirkan isu dan berbagai ide sebagai referensi yang di dapatkan masyarakat Indonesia. Melalui peluang yang dibuka oleh media sosial menjadikan sarana untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pemilih (Novita et al., 2020).

Selama dua dekade media sosial ternyata masih dipandang efektif sebagai sarana penyampaian informasi. Konten yang dibuat oleh pengguna media sosial menjadi sebuah bentuk komunikasi interaktif antara sesama pengguna media sosial. Dengan menggunakan media sosial penyampaian informasi dapat didistribusikan dengan lebih murah dan cepat (Genc et al., 2015). Sehingga tidak mengherankan media sosial dipilih sebagai sarana komunikasi politik oleh aktor politik di Indonesia. Kenyamanan yang ditawarkan, kecepatan akses informasi dan jaringan yang menyentuh seluruh lapisan masyarakat masih menjadikan media sosial sebagai primadona dan lahan basah para aktor politik membangun komunikasi politik untuk mencapai tujuan politiknya.

Salah satu tokoh politik yang menggunakan media sosial sebagai sarana dalam membangun komunikasi politiknya adalah Ganjar Pranowo. Ganjar secara aktif menggunakan media sosial *youtube* dalam penyelesaian konflik antara aparat dan masyarakat yang menolak penambangan batu andesit di desa Wadas. Melalui media sosialnya ganjar memberikan respon terhadap semua fenomena yang terjadi di masyarakat selain bertatap muka langsung dengan masyarakat. Karakteristik jangkauan yang sangat luas dari media sosial memberikan dampak yang sangat baik bagi ganjar dalam membangun karakter dan mengkampanyekan diri. Ganjar dinilai mampu mengoptimalkan media sosial dalam menguasai 3 elemen penting dalam penyampaian pesan kepada masyarakat yaitu *ethos, logos dan pathos* (Wibisono & Nusantara, 2022).

Ruang digital yang terbangun melalui akses internet menjadi ruang bebas tanpa batas, akses mudah dan murah mewarnai dinamika baru politik di Indonesia. Media internet

di pandang lebih unggul dibandingkan media cetak ataupun media televisi dalam hal kemudahan dan kecepatan akses. Ruang publik yang tercipta dari internet dapat dikatakan sebagai ruang publik yang lebih fleksibel dan benar-benar bebas dari sentuhan kekuasaan yang dominan. Kebebasan akses tanpa pandang bulu yang ditawarkan internet menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat untuk masuk ke dalamnya sehingga menciptakan kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki kesamaan minat dan ketertarikan berkumpul untuk terus berinteraksi dan melahirkan sebuah ruang diskusi antar masyarakat tanpa ada interaksi fisik di antara mereka. Fenomena inilah yang dikatakan sebagai ruang digital.

Dalam ruang digital yang tanpa batas ini memberikan kesempatan yang sama kepada pemakainya untuk menyampaikan opini terhadap setiap peristiwa yang mereka amati. Namun di dalam ruang digital ini tidak ada keharusan bagi warganya membagikan opini mereka, menyampaikan informasi di dalam ruang digital adalah pilihan individu dari penggunaannya. Konsekuensinya setiap informasi yang dibagikan di dalam ruang digital akan menjadi rekam jejak digital yang dapat dengan mudah diakses oleh pengguna lain. Rekam jejak digital yang telah dibagikan akan terus tersebar selama pengguna lain yang mengakses informasi tersebut ikut membagikan informasi yang diaksesnya ke jejaring lain. Jika kita bayangkan membagikan informasi di dalam ruang digital itu seperti menebarkan bulu di jalanan, dengan cepat dan mudah informasi itu tersebar dan akan sangat sulit untuk menarik kembali informasi yang telah disebar.

Kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh ruang digital bukan tanpa cela. Seperti layaknya pisau bermata dua ruang tanpa sekat yang diciptakan oleh ruang digital juga memberikan ancaman terhadap dinamika politik. Kehadiran *fake news* disinyalir menjadi efek samping kebebasan berpendapat yang disajikan oleh ruang digital. Mengutip dari hasil riset yang dilakukan oleh Perbawani, Rahayu, dan Ashari (2018) menemukan fenomena kebebasan yang ditawarkan ruang digital mendorong kemunculan anonimitas penggunaannya yang berimplikasi kepada rendahnya tanggung jawab penyebar informasi politik di ruang digital (Zainal & Megasari, 2019).

Dewasa ini kebiasaan masyarakat dalam mencari informasi sudah berubah, sebelumnya media cetak dan media televisi adalah sarana informasi yang paling aktual untuk di akses oleh masyarakat. Sekarang kebiasaan itu telah bergeser kepada media digital, seorang yang baru bangun tidur sudah dapat membuka jendela dunia lewat layar tujuh inci yang ada digenggamannya bahkan sebelum dia membuka jendela kamarnya sendiri. Ruang digital telah menjadi akses utama dalam masyarakat mendapatkan informasi.

Tidak terkecuali dalam komunikasi politik, pelaku politik di negeri ini bahkan diseluruh dunia memanfaatkan luasnya akses dunia digital untuk kepentingan politiknya. Semua informasi yang disajikan oleh pelaku politik dirasa sangat efektif dalam menggiring opini publik demi kepentingan politik yang ingin dicapainya. Sebagai contoh informasi yang di akses pada aplikasi TRIBUNnews (Umam, 2022) diberitakan Anies Baswedan, ketua umum partai demokrat Agus Hari Murti Yudhoyono, Susilo Bambang Yudhoyono, Jusuf Kalla, Surya Paloh, dan Ahmad Syaikhuddin duduk semeja saat menghadiri acara pernikahan putri dari Salim Segap Aljufri selaku Ketua majelis Syura PKS. Berita ini bukan berita penting jika yang diberitakan tidak membawa nama tokoh besar perpolitikan tanah air, namun berita ini menjadi besar dan dianggap sebagai bentuk komunikasi pergerakan politik dalam upaya penggiringan opini publik oleh sebagian masyarakat.

Kebebasan berpendapat pun ternyata tidak ada sekat sama sekali didalam ruang digital. Katakan saja tokoh yang kontroversial dalam cuitannya di media sosial twitter Denny Siregar dengan alamat @Dennysiregar7 (dennysiregar, 2022) beliau menulis dalam

halaman twitter pribadinya “*Saya Berdoa, semoga @aniesbaswedan nanti bisa jadi Presiden ke 2024..*”. Hal ini merupakan murni kebebasan berpendapat yang disajikan didalam ruang digital. *User* yang menamai dirinya Denny Siregar menyampaikan ketidak setujuannya Anies Baswedan maju dalam bursa pilpres 2024 dengan mentag akun @aniesbaswedan yang belakangan diketahui merupakan halaman resmi twitter Anies Rasyid Baswedan. Santer diberitakan baik dimedia cetak, media televisi ataupun mendia digital Anies Rasyid Baswedan digadang gadang akan maju dalam bursa pilpres 2024 dengan di usung oleh partai Nasdem. Denny siregar menyampaikan ketidak setujannya dengan menulis cuitan menyindir dengan menggunakan kata ke 2024 bukan kata pada tahun 2024. Anies baswedan pun tidak dapat melarang hal ini karena ini adalah kebebasan yang dimiliki oleh denny siregar dalam mengekspresikan pendapatnya, bahkan walaupun mau sekalipun pemerintah sebagai organisasi tertinggi pemerintahan tidak dapat melarang Denny Siregar untuk berpendapat selama tidak melanggar undang undang yang berlaku.

Seluruh masyarakat dengan instan dapat mengakses informasi dari ruang digital dengan mengaktifkan panel notifikasi yang disukainya. Hingar bingar suasana ruang digital di Indonesia turut memberi andil dalam pembentukan kualitas Demokrasi di Indonesia. Jika penyebaran hoaks begitu merajalela tentu sangat mungkin memanasakan ruang digital di Indonesia dan mempengaruhi juga suasana demokrasi di Indonesia. Disinformasi yang tersebar tentu saja sangat membutuhkan kebijakan masyarakat sebagai produsen sekaligus konsumen informasi yang ada diruang digital. Namun dalam hal ini peran pemerintah juga tidak kalah pentingnya dalam memfilter disinformasi yang berkeliaran di ruang digital.

Internet menyajikan media masa yang memiliki kekuatan untuk memberikan ketergantungan masyarakat dan informasi lebih mudah dikonsumsi oleh masyarakat. Kekuatan inilah yang kemudian dipergunakan oleh aktor politik untuk membangun persepsi baik dirinya di hadapan masyarakat. Melalui media ini juga aktor politik membangun komunikasi politik untuk mendistribusikan pesan politiknya untuk mencapai tujuan politik yang diinginkannya. Media ini dipergunakan sebagai sarana promosi dalam pembentukan identitas diri untuk menarik simpati dari masyarakat. Sarana promosi identitas diri ini menjadi mudah dan efisien dilakukan berkat jangkauan internet yang sangat luas. Aktivitas melalui internet ini dilakukan secara paralel dari satu pengguna ke pengguna lain hanya dengan melakukan sedikit usaha. Saat aktor politik membuat konten dan membagikan pesan politiknya kepada pengikutnya maka secara paralel pesan ini akan tersampaikan kepada pengguna lain melalui aktivitas membagikan ulang konten yang disajikan. Komunikasi politik ini bukannya berupa komunikasi yang secara terang-terangan dilakukan. Namun komunikasi politik juga dapat dilakukan melalui sikap dan tindakan bahkan dengan gaya berbusana. Komunikasi non verbal ini akan dengan mudah tersampaikan jika melalui media digital. Sebagai contoh seorang tokoh politik membagikan foto dirinya dengan busana sederhana sedang bersalaman dengan seorang warga miskin, dengan sendirinya akan membentuk opini masyarakat tentang kesederhanaan tokoh politik ini tanpa harus dijelaskan secara terperinci dan identitas sebagai seorang sederhana dan merakyat dapat terbentuk dengan mudah. Kemudian opini ini akan dibagikan oleh simpatisannya dengan berbagai *caption* yang beragam, dengan cepat pesan politik ini tersampaikan tanpa membutuhkan anggaran kampanye yang besar. Seperti yang telah dilakukan Giring Ganesha saat menyapa masyarakat di sekitar JIS (sidik, 2022).

Dari penjelasan melalui fenomena yang terjadi diruang digital di Indonesia dapat kita amati bahwa komunikasi politik yang dijalankan oleh pelaku politik di tanah air lebih memiliki kecenderungan melalui ruang digital. Hal ini didasari oleh efisiensi waktu dan jangkauan penyebaran informasi yang sangat luas mencakup seluruh lapisan masyarakat.

Komunikasi politik yang dibangun di dalam ruang digital inilah yang sangat mempengaruhi kualitas demokrasi di Indonesia. Dengan kata lain ruang digital seolah menciptakan efek yang berbanding lurus di mana jika komunikasi politik di dalam ruang digital memanas maka akan mempengaruhi kondisi politik tanah air dan menentukan kualitas demokrasi di Indonesia. Komunikasi politik yang dilangsungkan di ruang digital inilah yang menjadi ciri utama dari demokrasi digital.

Namun ada hal unik dalam kebebasan ruang digital yang hampir tanpa batas ini. Kebebasan menyampaikan informasi di ruang digital ini malah membatasi ruang pandang masyarakat secara tidak sadar. Dengan menggunakan *big data* yang didapatkan melalui rekam jejak digital masyarakat dapat menciptakan *algoritma* sehingga asupan informasi yang disajikan oleh pengguna internet dapat diatur. Sebagai contoh saat kita mulai mencari informasi sepatu yang kita sukai di sebuah toko *online* maka media sosial akan memunculkan iklan sepatu yang kita inginkan. Mereka akan menganalisis jenis sepatu, warna, ukuran dan kebiasaan waktu akses pengguna sehingga dengan hampir akurat iklan akan mengenai sasarannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan dilakukan pada komunikasi politik di ruang digital, dengan informasi yang didapat dari penggunaan *Big Data* ini masyarakat akan diberikan asupan informasi secara teratur dan akan menggiring opini masyarakat tersebut.

Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika telah melakukan beberapa langkah untuk menghalau derasnya disinformasi dan hoaks di dalam ruang digital di Indonesia. Melalui wawancara eksklusif Kompas TV bersama Usman Kansong Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kemkominfo menjelaskan bahwa dalam upaya mencegah penyebaran disinformasi dan hoaks di dalam ruang digital pemerintah telah menerapkan 3 mekanisme pendeteksi Hoaks (Kompas TV, 2022)

Pertama melalui alat pendeteksi digital yang dinamakan AIS (*Automatic Identification System*), melalui *Artificial Intelligence* ini pemerintah mencoba mendeteksi sedini mungkin kemungkinan penyebaran hoaks yang mengganggu kesejukan ruang digital di Indonesia. Yang kedua melalui tim khusus yang di bentuk dengan nama *cyber patrol*, tim ini akan memantau selama 24 jam peredaran informasi di ruang digital. Tim ini dibagi menjadi 3 shift untuk terus menerus mendeteksi disinformasi dan hoaks yang kemudian di *take down* agar ruang digital menjadi kondusif. Yang terakhir yaitu melalui laporan masyarakat, dalam hal ini pemerintah mengharapkan kesadaran seluruh masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga ruang digital dengan memberikan laporan disinformasi dan hoaks kepada Kemkominfo melalui halaman resmi website Kemkominfo. Dengan pengamanan berlapis ini pemerintah mengharapkan kemungkinan penyebaran disinformasi dan hoaks dapat ditekan.

## **PENUTUP**

Dalam dinamika politik sangat diperlukan komunikasi politik agar pesan-pesan politik yang ingin disampaikan oleh aktor politik dapat tersampaikan kepada masyarakat demi mencapai tujuan politik yang diharapkan. Dalam penyampaian pesan politik ini diperlukan sarana agar pesan politik dapat didistribusikan dengan baik dan efisien. Pada era revolusi industri 4.0 yang telah membentuk *digital society* telah terbentuk media masa baru yaitu melalui ruang publik digital.

Di Indonesia pemanfaatan ruang digital sebagai sarana penyampaian pesan politik dalam aktivitas komunikasi politik telah dilakukan oleh beberapa tokoh politik di Indonesia. Pemanfaatan sarana internet dalam komunikasi politik dianggap lebih baik karena media digital menawarkan akses kemudahan dan kecepatan penyebaran informasi dan dapat

dilakukan tanpa harus memakan anggaran yang besar. Sehingga komunikasi politik digital ini telah dilirik aktor politik untuk membangun komunikasi politiknya. Komunikasi politik digital bukannya dapat dilakukan dengan komunikasi verbal saja namun juga dapat dilakukan hanya dengan membagikan foto untuk membangun identitas aktor politik tanpa harus penjelasan yang terperinci dan menggunakan kampanye dengan anggaran besar.

Selain *personal branding* komunikasi politik melalui komunikasi politik digital ini juga dapat memberikan solusi atas konflik yang terjadi di dalam masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo dalam memberikan respon atas konflik yang terjadi antara aparat dan masyarakat yang menolak penambangan batu andesit di Desa Wadas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. (2022, October 20). *Survei Profil Internet Indonesia 2022*. APJII. <https://apjii.or.id/survei>
- chaerul umam. (2022, October 17). *Anies-AHY Semeja dengan SBY-JK dan Surya Paloh, Jubir Demokrat: Semoga Kebersamaan Ini Makin Intens*. Tribunnews. <https://www.tribunnews.com/mata-lokal-memilih/2022/10/17/anies-ahy-semeja-dengan-sby-jk-dan-surya-paloh-jubir-demokrat-semoga-kebersamaan-ini-makin-intens>
- dennysiregar. (2022, October 16). *status*. Twitter. <https://twitter.com/Dennysiregar7/status/1581629588236808192?t=nuvYaRY5TS7OwRunWxZZQg&s=19>
- Genc, Merve, & Oksuz, B. (2015). A Fact or An Illution: Effective Social Media Usage of Female Entrepreneurs. *Elsevier Journal. Procedia Social and Behavioral Sciences*, 195, 195–300.
- Kompas Tv. (2022, October 10). *menangkal Hoaks di Pemilu 2024*.
- Lim, M. (2012). Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004-2011. *Journal of Communication*, 62(2), 231–248. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01628.x>
- Mujab, S., & Irfansyah, A. (2020). Komunikasi Politik Identitas K.H. Ma'ruf Amin sebagai Strategi Depolarisasi Agama pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019. *Warta ISKI*, 3(01), 54–66. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.46>
- Novita, D., Suryani, E., Morlian, A., Widyastuti, M., & Fadilah. (2020). *Evaluasi Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum Melalui Media Sosial pada Pemilihan Umum 2019*. Jurnal Administrasi Negara. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Sawala/article/view/2824/1526>
- Pertiwi, W. K. (2018, March 1). Riset ungkap pola pemakaian medsos orang Indonesia. <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2018/03/01/10340027/Riset-Ungkap-Pola-Pemakaian-Medsos-Orang-Indonesia>.
- Rahman, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>
- Shahreza, M. (2018). *Proses dan Elemen-Elemen Komunikasi Politik*.
- sidik, farih maulana. (2022). *giring nyanyi laskar pelangi dekat jis sound system terbaik suara rakyat*. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5910274/giring-nyanyi-laskar-pelangi-dekat-jis-sound-system-terbaik-suara-rakyat>
- Wibisono, I., & Nusantara, A. B. (2022). Pola Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Akun Youtube @Ganjarpranowo Dalam Menyikapi Isu Wadas. *Intelektiva*, 3.

- Witawan, I., & Mudana, I. W. (2022). Demokrasi Digital Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pilkada Tahun 2020 Di Kabupaten Jembrana). *Journal.Unpad.Ac.Id*. <http://journal.unpad.ac.id/sosio/global/article/view/36839>
- Zainal, F., & Megasari, N. F. (2019). Mempolitisasi Ruang Virtual: Posisi Warga-Net dalam Praktik Demokrasi Digital di Indonesia. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial* (Vol. 306, Issue 1).