

Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.



KOMUNIKASI POLITIK DI ERA 6.0

INOVASI TEKNOLOGI
DAN PARTISIPASI PUBLIK

KOMUNIKASI POLITIK DI ERA 6.0 : INOVASI TEKNOLOGI DAN PARTSIPASI PUBLIK

Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.



KOMUNIKASI POLITIK DI ERA 6.0 : INOVASI TEKNOLOGI DAN PARTISIPASI PUBLIK

Penulis:

Syamsul Arif Billah, S.Sos., M.I.Kom.

Editor:

Adi Junadi, S.I.Kom., M.I.Kom.

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : Agustus 2024

Hak Cipta 2024, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Rafflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2024
; 15,5 x 23 cm
ISBN : 978-623-448-974-3

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, buku referensi "**Komunikasi Politik Di Era 6.0: Inovasi Teknologi dan Partisipasi Publik**" ini dapat disusun dengan baik. Buku ini disusun sebagai panduan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Majalengka, dengan tujuan untuk membekali dengan pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi politik di era digital yang penuh inovasi dan perubahan.

Buku ini terdiri dari dua belas bab yang memberikan wawasan tentang komunikasi politik di era 6.0. Bab pertama membahas dasar-dasar dan urgensi inovasi teknologi. Bab kedua mengulas evolusi media dan komunikasi politik dari konvensional ke digital. Bab ketiga mengeksplorasi teori dasar dan konsep interaktif di era digital. Bab keempat membahas peran media sosial dalam kampanye dan pengaruh algoritma. Bab kelima hingga ketujuh fokus pada inovasi teknologi, partisipasi publik, dan strategi kampanye yang berbasis data dan teknologi baru seperti AR dan VR. Bab kedelapan mengkaji etika dan regulasi dalam komunikasi digital. Bab kesembilan membahas manajemen krisis politik di era media sosial. Bab kesepuluh mengeksplorasi dampak teknologi terhadap demokrasi. Bab kesebelas dan kedua belas menyajikan studi kasus global dan memberikan rekomendasi untuk masa depan komunikasi politik serta arah penelitian lanjutan.

Kami berharap buku ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu komunikasi politik di era digital, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa dan akademisi dalam memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep dalam Komunikasi Politik 6.0. Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini.

Majalengka, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI	4
BAB 1 PENDAHULUAN	7
1.1 Latar Belakang Perkembangan Komunikasi Politik di Era Digital.....	7
1.2 Definisi Komunikasi Politik 6.0	9
1.3 Urgensi Inovasi Teknologi dalam Komunikasi Politik Modern	12
 BAB 2 EVOLUSI KOMUNIKASI POLITIK.....	15
2.1 Sejarah Komunikasi Politik dan Transformasi Media	15
2.2 Pengaruh Teknologi terhadap Strategi Politik	17
2.3 Komunikasi Politik dari Era Konvensional hingga Digital..	20
 BAB 3 TEORI DAN KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK 6.0.....	23
3.1 Teori Komunikasi Politik dan Relevansi di Era Digital	23
3.2 Konsep Komunikasi Interaktif dan Partisipatif.....	26
3.3 Adaptasi Teori Klasik dalam Konteks Teknologi Baru.....	28
 BAB 4 PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK.....	31
4.1 Media Sosial sebagai Alat Kampanye dan Mobilisasi.....	31
4.2 Analisis Algoritma dan Pengaruhnya pada Opini Publik.....	33
4.3 Studi Kasus: Media Sosial dalam Pemilu dan Referendum.	35
 BAB 5 INOVASI TEKNOLOGI DALAM KAMPANYE POLITIK.....	38
5.1 Pengenalan Teknologi Immersive dalam Kampanye Politik	38
5.2 Penggunaan Big Data dan Kecerdasan Buatan dalam Strategi Politik	40
5.3 Studi Kasus: Sukses Kampanye Berbasis Teknologi di Berbagai Negara	43

BAB 6 PARTISIPASI PUBLIK DI ERA 6.0	46
6.1 Konsep Partisipasi Politik di Era Digital	46
6.2 Pengaruh Teknologi pada Tingkat Partisipasi dan Keterlibatan Publik.....	48
6.3 Dinamika Partisipasi Politik di Media Sosial.....	50
 BAB 7 STRATEGI KAMPANYE DI ERA KOMUNIKASI 6.0	53
7.1 Desain Kampanye yang Berbasis Data dan Teknologi	53
7.2 Penggunaan Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) dalam Kampanye	55
7.3 Studi Kasus: Kampanye Inovatif dan Pengalaman Immersive.....	58
 BAB 8 ETIKA DAN ISU HUKUM DALAM KOMUNIKASI POLITIK DIGITAL	61
8.1 Etika dalam Penggunaan Teknologi untuk Komunikasi Politik.....	61
8.2 Tantangan Privasi dan Keamanan Data	64
8.3 Kebijakan dan Regulasi terkait Teknologi dalam Politik.....	66
 BAB 9 KOMUNIKASI KRISIS DI ERA DIGITAL.....	69
9.1 Manajemen Krisis Politik dalam Era Media Sosial.....	69
9.2 Penggunaan Teknologi Immersive untuk Mengelola Krisis.....	71
9.3 Studi Kasus: Krisis Politik dan Respons Digital	74
BAB 10 PENGARUH TEKNOLOGI TERHADAP DEMOKRASI.....	78
10.1 Teknologi sebagai Pendorong Demokrasi atau Ancaman?	78
10.2 Tantangan dan Peluang Demokrasi di Era Digital	81
10.3 Masa Depan Demokrasi di Era Komunikasi Politik 6.0	83
 BAB 11 STUDI KASUS GLOBAL: IMPLEMENTASI KOMUNIKASI POLITIK 6.0	87
11.1 Studi Kasus di Negara-Negara Maju dan Berkembang	87
11.2 Analisis Keberhasilan dan Kegagalan Implementasi Teknologi dalam Politik.....	90
11.3 Pembelajaran dari Pengalaman Internasional	93

BAB 12 PENUTUP..... 96

12.1 Kesimpulan dan Rekomendasi untuk Komunikasi
Politik di Masa Depan 96

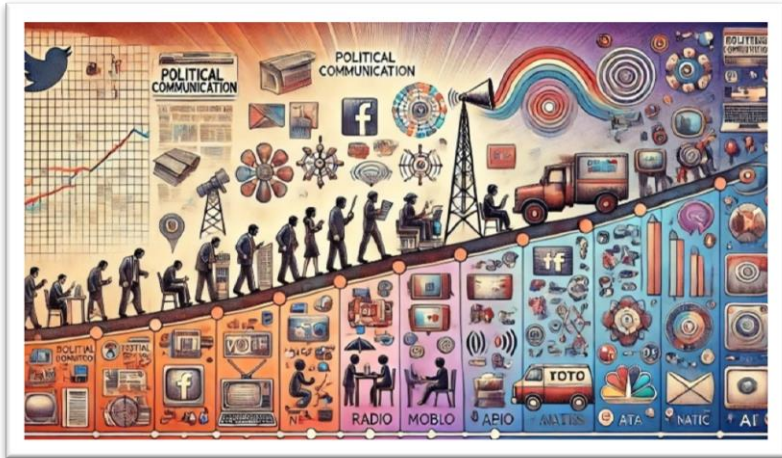
12.2 Prospek Teknologi Immersive
dalam Komunikasi Politik..... 98

12.3 Prospek Arah Penelitian Lanjutan di Bidang
Komunikasi Politik 6.0 101

DAFTAR PUSTAKA..... 104

BAB 1

PENDAHULUAN



Gambar 1. Ilustrasi Perkembangan Komunikasi Politik di Era Digital

1.1 Latar Belakang Perkembangan Komunikasi Politik di Era Digital

Perkembangan komunikasi politik di era digital merupakan fenomena yang mencerminkan perubahan mendasar dalam cara politisi, partai politik, dan masyarakat berinteraksi. Transformasi ini didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus mengalami kemajuan pesat. Komunikasi politik yang dulunya didominasi oleh media massa tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, kini telah beralih ke platform digital, yang memungkinkan interaksi lebih dinamis dan langsung antara aktor politik dan masyarakat (Siregar, 2020).

Digitalisasi komunikasi politik memberikan ruang baru bagi berbagai aktor politik untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih personal dan terfokus. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi alat penting dalam kampanye politik, memungkinkan politisi untuk menyampaikan pesan mereka langsung kepada pemilih tanpa perantara. Platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memberikan

kesempatan bagi politisi untuk membangun citra dan menggalang dukungan secara lebih efektif (R. Nugroho, 2018).

Selain itu, digitalisasi komunikasi politik juga telah mengubah cara informasi politik dikonsumsi oleh masyarakat. Sebelum era digital, masyarakat cenderung menerima informasi secara pasif melalui media tradisional. Namun, dengan adanya internet dan media sosial, masyarakat kini dapat berpartisipasi secara aktif dalam diskusi politik, bahkan memproduksi dan menyebarkan konten politik sendiri. Hal ini telah mengubah dinamika hubungan antara pemilih dan politisi, di mana keterlibatan langsung masyarakat menjadi semakin penting (Kusumaningrum, 2021).

Perkembangan teknologi informasi juga memungkinkan penggunaan big data dan analitik dalam kampanye politik. Dengan data yang diperoleh dari berbagai platform digital, politisi dapat mengidentifikasi preferensi dan perilaku pemilih secara lebih akurat. Data ini kemudian digunakan untuk merancang pesan kampanye yang lebih terarah dan efektif, sehingga meningkatkan kemungkinan keberhasilan kampanye tersebut. Penggunaan big data dalam politik juga telah membuka diskusi baru tentang privasi dan etika dalam komunikasi politik di era digital (Iskandar, 2019).

Tidak hanya itu, transformasi digital dalam komunikasi politik juga telah membawa tantangan baru. Salah satu tantangan terbesar adalah fenomena disinformasi dan berita palsu yang menyebar dengan cepat di media sosial. Informasi yang salah atau menyesatkan ini dapat mempengaruhi opini publik dan bahkan hasil pemilu. Oleh karena itu, aktor politik dan masyarakat harus lebih kritis dalam mengonsumsi informasi dan mengidentifikasi sumber informasi yang kredibel (Priyanto, 2017).

Salah satu dampak signifikan dari perkembangan komunikasi politik di era digital adalah meningkatnya partisipasi politik masyarakat. Melalui media sosial, masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan pendapat, berinteraksi dengan politisi, dan berpartisipasi dalam gerakan politik secara online. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai ruang publik baru di mana masyarakat dapat

mengekspresikan suara mereka secara lebih terbuka dan demokratis (Wahyudi, 2020).

Namun, meskipun digitalisasi membawa banyak keuntungan, tidak dapat dipungkiri bahwa ada ketimpangan akses yang masih menjadi masalah dalam komunikasi politik di era digital. Masyarakat di daerah terpencil atau dengan tingkat ekonomi rendah mungkin tidak memiliki akses yang sama terhadap teknologi, sehingga mereka tertinggal dalam keterlibatan politik. Hal ini menciptakan kesenjangan digital yang dapat mempengaruhi representasi politik dan partisipasi masyarakat secara keseluruhan (Hanum, 2018).

Dalam menghadapi perkembangan ini, penting bagi aktor politik untuk memahami dinamika baru yang muncul dalam komunikasi politik di era digital. Mereka harus dapat beradaptasi dengan perubahan ini dan mengembangkan strategi komunikasi yang relevan dengan konteks digital saat ini. Selain itu, literasi digital menjadi keterampilan yang esensial, baik bagi politisi maupun masyarakat, untuk memastikan bahwa komunikasi politik berjalan secara efektif dan demokratis (Yusran, 2019).

Sebagai kesimpulan, perkembangan komunikasi politik di era digital merupakan fenomena yang tidak dapat diabaikan. Teknologi telah membuka peluang baru bagi politisi dan masyarakat untuk berinteraksi secara lebih langsung dan personal, tetapi juga menghadirkan tantangan yang memerlukan perhatian serius. Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini, komunikasi politik dapat berkembang secara lebih inklusif dan efektif di masa depan (Rahman, 2020).

1.2 Definisi Komunikasi Politik 6.0

Komunikasi politik merupakan bidang kajian yang selalu berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan dinamika sosial. Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara komunikasi politik berlangsung, mulai dari kampanye politik hingga partisipasi publik dalam proses politik. Di era yang semakin digital ini, konsep Komunikasi Politik 6.0 muncul sebagai bentuk evolusi terbaru yang mencerminkan

penggunaan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan media sosial dalam proses politik (Nuruddin, 2017).

Komunikasi politik telah mengalami beberapa fase evolusi, mulai dari Komunikasi Politik 1.0 yang berfokus pada media tradisional seperti surat kabar dan radio, hingga Komunikasi Politik 5.0 yang memanfaatkan internet dan media sosial secara maksimal. Setiap fase ini menandai perubahan signifikan dalam cara pesan politik dikomunikasikan dan bagaimana masyarakat merespons pesan-pesan tersebut (McNair, 2011).

Komunikasi Politik 6.0 adalah fase terbaru yang mengintegrasikan teknologi canggih dengan prinsip-prinsip komunikasi politik. Dalam fase ini, teknologi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk mempengaruhi persepsi publik dan membentuk opini masyarakat secara real-time. Ini mencakup penggunaan analitik data besar (big data) untuk memprediksi perilaku pemilih, serta AI untuk menghasilkan konten yang dipersonalisasi (Suyanto, 2018).

Komunikasi Politik 6.0 didefinisikan sebagai pendekatan komunikasi politik yang menggabungkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, big data, dan media sosial untuk mengoptimalkan interaksi antara aktor politik dan publik. Dalam Komunikasi Politik 6.0, aktor politik tidak hanya mengirim pesan secara satu arah, tetapi juga berinteraksi dengan publik melalui berbagai platform digital dengan menggunakan data yang dikumpulkan secara real-time (Saputra, 2020).

Dalam konteks ini, Komunikasi Politik 6.0 tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk memengaruhi dan mengarahkan opini publik dengan cara yang lebih terukur dan efektif. Teknologi seperti AI memungkinkan aktor politik untuk mempersonalisasi pesan mereka sesuai dengan profil psikografis dan demografis audiens, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi politik tersebut (Rahmat, 2019).

Karakteristik utama dari Komunikasi Politik 6.0 adalah pemanfaatan teknologi canggih untuk menciptakan komunikasi yang lebih interaktif dan berbasis data. Salah satu aspek

penting dari Komunikasi Politik 6.0 adalah penggunaan big data. Dengan big data, aktor politik dapat mengumpulkan dan menganalisis data dalam jumlah besar untuk memahami perilaku dan preferensi pemilih dengan lebih baik. Analisis ini memungkinkan mereka untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan efektif (Zulkarnaen, 2021).

Selain itu, penggunaan AI dalam Komunikasi Politik 6.0 memungkinkan penciptaan konten yang dipersonalisasi dan interaktif. AI dapat digunakan untuk menganalisis sentimen publik dan meresponsnya secara real-time, sehingga memungkinkan komunikasi yang lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan dinamika sosial (Yulianto, 2022).

Media sosial juga memainkan peran penting dalam Komunikasi Politik 6.0, dimana platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Media sosial tidak hanya menjadi saluran distribusi pesan, tetapi juga menjadi arena untuk diskusi publik dan pembentukan opini (Wardhani, 2023).

Komunikasi Politik 6.0 memiliki dampak signifikan terhadap proses demokrasi. Di satu sisi, teknologi memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas dalam proses politik, dimana masyarakat dapat lebih mudah mengakses informasi dan berpartisipasi dalam diskusi politik. Namun, di sisi lain, penggunaan teknologi canggih juga menimbulkan kekhawatiran terkait privasi dan manipulasi informasi (Hermawan, 2020).

Pentingnya transparansi dan regulasi dalam penggunaan teknologi dalam komunikasi politik menjadi sorotan dalam Komunikasi Politik 6.0. Tanpa regulasi yang tepat, ada risiko bahwa teknologi ini dapat digunakan untuk tujuan yang tidak etis, seperti penyebaran informasi yang salah atau manipulasi pemilih (A. Nugroho, 2021).

Komunikasi Politik 6.0 adalah evolusi terbaru dalam bidang komunikasi politik yang menggabungkan teknologi canggih dengan prinsip-prinsip komunikasi politik untuk menciptakan interaksi yang lebih efektif antara aktor politik dan publik. Meskipun memiliki banyak potensi untuk meningkatkan partisipasi publik dan efektivitas komunikasi politik, penting untuk mempertimbangkan implikasi etis dan regulasi yang diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi

ini digunakan dengan cara yang bertanggung jawab dan transparan (Mulyadi, 2022).

1.3 Urgensi Inovasi Teknologi dalam Komunikasi Politik Modern

Inovasi teknologi dalam komunikasi politik bukan lagi sekadar tren, melainkan kebutuhan mendesak di era modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendobrak batasan tradisional dalam cara politisi, pemerintah, dan masyarakat saling berinteraksi. Di tengah arus informasi yang serba cepat dan meluas, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi terbaru menjadi faktor penentu keberhasilan dalam komunikasi politik (Ardianto, 2018).

Inovasi teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara pesan politik disampaikan dan diterima oleh audiens. Di masa lalu, komunikasi politik sering kali bersifat satu arah, di mana politisi atau lembaga pemerintah mengirimkan informasi kepada publik tanpa mendapatkan umpan balik langsung. Namun, dengan kemajuan teknologi seperti media sosial, email, dan aplikasi pesan instan, komunikasi politik telah berubah menjadi proses yang lebih interaktif dan partisipatif (A. Nugroho, 2019).

Teknologi ini memungkinkan aktor politik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam secara real-time, serta mempersonalisasi pesan mereka sesuai dengan preferensi audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga memperkuat hubungan antara politisi dan masyarakat, karena audiens merasa lebih terlibat dan diperhatikan (Fajar, 2020).

Selain meningkatkan efektivitas komunikasi, teknologi juga memainkan peran penting dalam mobilisasi massa. Media sosial, misalnya, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mengorganisir gerakan politik dan memobilisasi dukungan publik dalam waktu singkat. Kasus-kasus seperti Arab Spring dan berbagai gerakan protes di seluruh dunia menunjukkan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengkoordinasi, dan memobilisasi massa dengan cepat (Sari, 2021).

Penggunaan teknologi dalam mobilisasi politik memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas,

yang pada akhirnya dapat mengubah dinamika politik dengan cara yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Kemampuan untuk memobilisasi dukungan dalam skala besar secara cepat memberi keuntungan strategis yang signifikan bagi aktor politik, terutama dalam kampanye pemilihan atau gerakan sosial (Pranata, 2022).

Meski memiliki banyak manfaat, inovasi teknologi dalam komunikasi politik juga menimbulkan tantangan etika yang serius. Penggunaan big data dan kecerdasan buatan untuk menargetkan pemilih dengan pesan yang dipersonalisasi, misalnya, dapat menimbulkan kekhawatiran terkait privasi dan manipulasi informasi. Dalam beberapa kasus, teknologi ini dapat digunakan untuk memanipulasi persepsi publik atau menyebarkan informasi yang tidak akurat, yang dapat merusak integritas proses politik (Wijaya, 2019).

Regulasi dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi digunakan secara etis dan transparan dalam komunikasi politik. Tanpa regulasi yang memadai, ada risiko bahwa teknologi ini dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, yang pada akhirnya dapat merusak kepercayaan publik terhadap institusi politik (Harsono, 2020).

Salah satu kontribusi terbesar teknologi terhadap komunikasi politik adalah peningkatan partisipasi publik. Dengan adanya platform digital, masyarakat kini memiliki akses yang lebih mudah untuk terlibat dalam diskusi politik, menyampaikan pendapat, dan mempengaruhi keputusan politik. Partisipasi publik yang meningkat ini tidak hanya memperkaya diskusi politik, tetapi juga memperkuat legitimasi keputusan politik yang diambil (Rahmat, 2021)

Namun, penting untuk dicatat bahwa tidak semua segmen masyarakat memiliki akses yang sama terhadap teknologi. Ketimpangan digital masih menjadi masalah yang dapat menghambat partisipasi politik yang merata. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk memastikan bahwa teknologi dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat agar partisipasi politik dapat benar-benar inklusif (Mardiani, 2022).

Inovasi teknologi memiliki urgensi yang tinggi dalam komunikasi politik modern. Teknologi tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi dan mobilisasi massa,

tetapi juga membuka peluang baru untuk partisipasi publik yang lebih luas. Namun, penggunaan teknologi dalam komunikasi politik harus diimbangi dengan perhatian terhadap aspek etika dan regulasi untuk mencegah penyalahgunaan yang dapat merusak integritas proses politik. Dengan pendekatan yang bijak dan bertanggung jawab, inovasi teknologi dapat menjadi alat yang kuat untuk memperkuat demokrasi di era digital ini (Mardiani, 2022).

BAB 2

EVOLUSI KOMUNIKASI POLITIK



Gambar 2. Ilustrasi Komunikasi Politik dan Transformasi Media

2.1 Sejarah Komunikasi Politik dan Transformasi Media

Komunikasi politik telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia sejak zaman kuno. Seiring berjalannya waktu, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik mengalami transformasi signifikan. Dari pidato langsung di hadapan publik hingga penggunaan media digital, setiap fase evolusi media membawa dampak tersendiri terhadap cara komunikasi politik dilakukan. Memahami sejarah dan transformasi media dalam komunikasi politik adalah kunci untuk memahami bagaimana komunikasi politik berkembang hingga mencapai bentuknya saat ini (McNair, 2011).

Pada masa kuno, komunikasi politik dilakukan melalui pidato dan retorika yang disampaikan di depan publik. Di Yunani kuno, para pemimpin politik dan orator seperti Demosthenes menggunakan kekuatan pidato untuk memengaruhi rakyat dan mendapatkan dukungan politik. Retorika menjadi alat utama dalam komunikasi politik karena media cetak belum ditemukan. Komunikasi politik pada era ini sangat bergantung pada kemampuan seorang orator untuk

menarik perhatian dan mempengaruhi pendengar (Habermas, 1991).

Di Roma kuno, komunikasi politik juga dilakukan melalui berbagai bentuk propaganda yang tersebar melalui patung, monumen, dan koin yang menggambarkan kekuasaan dan prestasi para pemimpin. Media visual ini berfungsi sebagai alat komunikasi politik yang efektif untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat luas (Gleason, 2017).

Penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada abad ke-15 menandai salah satu titik balik terbesar dalam sejarah komunikasi politik. Dengan adanya mesin cetak, informasi politik dapat disebarluaskan secara lebih luas dan cepat. Pamflet, surat kabar, dan buku menjadi media utama dalam penyebaran ide-ide politik selama Revolusi Inggris, Revolusi Prancis, dan Revolusi Amerika (Eisenstein, 1979).

Mesin cetak memungkinkan distribusi informasi politik yang lebih merata di seluruh lapisan masyarakat, sehingga meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Publik kini dapat mengakses berbagai macam informasi politik yang sebelumnya hanya tersedia bagi kalangan elit. Dengan demikian, revolusi percetakan tidak hanya memperluas akses informasi politik, tetapi juga mengubah dinamika kekuasaan politik di banyak negara (Anderson, 2006).

Memasuki abad ke-20, media massa seperti radio, televisi, dan surat kabar mulai mendominasi lanskap komunikasi politik. Radio, yang menjadi populer pada awal abad ke-20, memungkinkan para politisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat. Salah satu contoh terkenal adalah siaran radio "Fireside Chats" oleh Presiden Franklin D. Roosevelt selama masa Depresi Besar di Amerika Serikat, yang berhasil membangun kepercayaan dan dukungan publik melalui pesan-pesan yang disampaikan secara langsung ke rumah-rumah warga (McChesney, 1999).

Televisi kemudian menggantikan radio sebagai media utama dalam komunikasi politik. Debat politik yang disiarkan di televisi menjadi momen penting dalam kampanye politik, seperti debat presiden antara John F. Kennedy dan Richard Nixon pada tahun 1960 yang sering dianggap sebagai titik balik dalam sejarah politik Amerika. Televisi memungkinkan para politisi untuk tidak hanya berbicara kepada rakyat, tetapi juga

menunjukkan diri mereka secara visual, yang memperkuat pengaruh pesan politik mereka (Croteau & Hoynes, 2014).

Dengan munculnya internet pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21, komunikasi politik sekali lagi mengalami transformasi besar. Internet, dengan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, memungkinkan politisi untuk berkomunikasi secara langsung dengan konstituen mereka tanpa perantara media tradisional. Ini menciptakan hubungan yang lebih langsung dan personal antara politisi dan publik (Castells, 2009).

Selain itu, internet memungkinkan munculnya "media warga" di mana setiap individu dapat berkontribusi dalam diskusi politik melalui blog, vlog, dan media sosial. Hal ini mengubah lanskap komunikasi politik dengan memungkinkan partisipasi yang lebih luas dan beragam. Teknologi digital juga memungkinkan penggunaan data besar (big data) untuk memetakan preferensi politik dan merancang strategi komunikasi yang lebih efektif (Bennett & Segerberg, 2013).

Sejarah komunikasi politik menunjukkan bahwa transformasi media memiliki dampak besar terhadap cara pesan politik disampaikan dan diterima oleh publik. Dari pidato langsung hingga penggunaan internet dan media sosial, setiap fase evolusi media telah mengubah cara komunikasi politik dilakukan. Pemahaman tentang sejarah dan transformasi media ini penting untuk menganalisis dan memahami komunikasi politik di era digital saat ini. Inovasi teknologi terus mendorong perubahan dalam komunikasi politik, dan kita dapat mengantisipasi transformasi lebih lanjut di masa depan (J. E. Katz, 2020).

2.2 Pengaruh Teknologi terhadap Strategi Politik

Teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang politik. Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi telah mengubah cara para aktor politik menyusun dan menerapkan strategi politik mereka. Teknologi tidak hanya mempengaruhi cara komunikasi politik berlangsung, tetapi juga mengubah dinamika kekuasaan, pola interaksi antara

politisi dan masyarakat, serta cara pengumpulan dan analisis data untuk keperluan politik (Bimber, 2003).

Salah satu dampak paling signifikan dari teknologi terhadap strategi politik adalah dalam hal pengumpulan dan analisis data. Teknologi big data memungkinkan partai politik dan kandidat untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar mengenai perilaku pemilih, preferensi politik, dan tren sosial. Data ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi segmen pemilih yang dapat dipengaruhi dan untuk merancang pesan-pesan politik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pemilih tersebut (Tufekci, 2014). Pendekatan berbasis data ini telah terbukti efektif dalam berbagai kampanye politik modern, termasuk kampanye presiden Barack Obama pada tahun 2008 dan 2012.

Selain itu, teknologi telah mengubah cara politisi berinteraksi dengan publik. Sebelum adanya internet, interaksi antara politisi dan konstituen cenderung terbatas dan dikendalikan oleh media massa tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Namun, dengan munculnya media sosial dan platform digital lainnya, politisi kini dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat tanpa perantara. Hal ini memungkinkan politisi untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan konstituen mereka dan merespons isu-isu secara lebih cepat dan efisien (Chadwick, 2013).

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik juga telah memengaruhi strategi kampanye. Kampanye politik tidak lagi bergantung sepenuhnya pada iklan televisi atau media cetak, tetapi juga pada kehadiran digital yang kuat. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan kampanye untuk menyebarkan pesan secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, media sosial memungkinkan penyebaran pesan yang lebih viral dan interaktif, yang dapat meningkatkan partisipasi publik dalam kampanye politik (Enli, 2017).

Namun, penggunaan teknologi dalam politik juga menimbulkan tantangan baru. Salah satunya adalah masalah keamanan data dan privasi. Pengumpulan data dalam jumlah besar oleh partai politik atau kandidat dapat menimbulkan risiko pelanggaran privasi. Selain itu, teknologi juga dapat digunakan untuk tujuan manipulatif, seperti penyebaran

disinformasi atau kampanye hitam melalui media sosial. Isu ini menimbulkan pertanyaan etis mengenai bagaimana teknologi harus digunakan dalam strategi politik dan sejauh mana regulasi diperlukan untuk melindungi integritas proses politik (Zuboff, 2019).

Teknologi juga telah mengubah cara debat politik berlangsung. Di era digital ini, debat politik tidak lagi terbatas pada acara-acara televisi yang formal. Sebaliknya, debat dan diskusi politik kini dapat terjadi di platform digital secara real-time, di mana publik dapat ikut serta dalam diskusi melalui komentar, like, dan share. Ini menciptakan ruang publik baru di mana berbagai ide politik dapat diperdebatkan secara terbuka, namun juga menimbulkan risiko polarisasi karena algoritma media sosial cenderung memperkuat pandangan yang sudah ada (Sunstein, 2017).

Strategi mobilisasi massa juga telah mengalami transformasi berkat teknologi. Sebelumnya, mobilisasi massa biasanya dilakukan melalui rapat-rapat umum, demonstrasi, atau kampanye door-to-door. Namun, dengan adanya teknologi digital, mobilisasi dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien melalui pesan teks, email, dan media sosial. Teknologi memungkinkan mobilisasi massa yang lebih luas dan cepat, seperti yang terlihat dalam gerakan-gerakan sosial modern seperti Arab Spring atau gerakan #BlackLivesMatter (Howard & Hussain, 2013).

Pengaruh teknologi terhadap strategi politik juga dapat dilihat dalam penggunaan kecerdasan buatan (AI). AI digunakan untuk memprediksi hasil pemilu, menganalisis sentimen publik, dan bahkan untuk mengotomatiskan proses pembuatan konten kampanye. Dengan menggunakan AI, kampanye politik dapat menjadi lebih terukur dan efisien. Namun, penggunaan AI juga menimbulkan pertanyaan tentang transparansi dan akuntabilitas dalam proses politik, terutama jika AI digunakan untuk memanipulasi persepsi publik (Woolley & Howard, 2016).

Selain itu, teknologi juga memungkinkan peningkatan partisipasi politik melalui e-voting dan platform partisipasi digital lainnya. E-voting memungkinkan pemilih untuk memberikan suara secara elektronik, yang dapat meningkatkan partisipasi dengan memudahkan proses pemungutan suara.

Namun, e-voting juga menimbulkan tantangan keamanan yang signifikan, termasuk risiko peretasan dan manipulasi hasil pemilu (Alvarez & Hall, 2004).

Dalam kesimpulannya, teknologi telah membawa perubahan mendasar dalam cara strategi politik dirancang dan diterapkan. Dari pengumpulan data hingga mobilisasi massa, dari komunikasi dengan publik hingga penggunaan kecerdasan buatan, teknologi telah mengubah lanskap politik secara signifikan. Meskipun demikian, penggunaan teknologi dalam politik juga menimbulkan tantangan etis dan keamanan yang perlu diatasi melalui regulasi yang tepat. Oleh karena itu, para aktor politik harus berhati-hati dalam memanfaatkan teknologi untuk memastikan bahwa proses politik tetap transparan, adil, dan inklusif (Kreiss, 2016).

2.3 Komunikasi Politik dari Era Konvensional hingga Digital

Komunikasi politik telah mengalami perubahan signifikan dari era konvensional hingga era digital. Di masa lalu, komunikasi politik dilakukan secara langsung dan melalui media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Namun, dengan kemajuan teknologi, khususnya internet dan media sosial, komunikasi politik telah bertransformasi menjadi lebih interaktif, cepat, dan terdesentralisasi. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara politisi berkomunikasi dengan publik, tetapi juga cara publik berpartisipasi dalam proses politik (Norris, 2001).

Pada era konvensional, komunikasi politik sangat bergantung pada media massa tradisional. Surat kabar, misalnya, merupakan sumber utama informasi politik bagi masyarakat. Artikel opini, editorial, dan liputan berita politik di surat kabar menjadi alat penting bagi politisi untuk menyampaikan pesan mereka kepada publik. Selain itu, radio dan televisi menjadi media yang dominan dalam penyebaran informasi politik. Debat politik yang disiarkan di televisi, seperti debat presiden, sering kali menjadi penentu dalam kampanye politik, karena mampu mencapai audiens yang luas secara langsung (McNair, 2011).

Meskipun media massa tradisional memiliki peran penting, komunikasi politik pada era konvensional cenderung

bersifat satu arah. Informasi disampaikan dari politisi atau partai politik kepada publik tanpa adanya umpan balik yang langsung. Publik cenderung pasif dalam menerima informasi dan hanya memiliki sedikit peluang untuk berinteraksi atau menyampaikan pendapat mereka secara langsung kepada politisi (Habermas, 1991).

Transformasi ke era digital membawa perubahan mendasar dalam komunikasi politik. Internet membuka peluang baru bagi politisi dan publik untuk berkomunikasi secara lebih langsung dan interaktif. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan politisi untuk berinteraksi dengan konstituen mereka secara real-time, mengatasi batasan waktu dan ruang yang ada pada media tradisional. Melalui platform ini, politisi dapat menyampaikan pesan, merespons isu, dan bahkan meluncurkan kampanye politik dengan lebih cepat dan efisien (Chadwick, 2013).

Selain itu, era digital telah memunculkan apa yang disebut sebagai "media warga" di mana setiap individu dapat menjadi produsen informasi politik. Blog, vlog, dan platform berbagi video seperti YouTube memungkinkan warga biasa untuk menyuarakan pendapat mereka, mengkritik kebijakan, dan bahkan mempengaruhi opini publik. Fenomena ini telah menggeser kekuasaan dari media tradisional ke tangan individu-individu yang mampu memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi secara luas (Castells, 2009).

Era digital juga memperkenalkan konsep komunikasi politik yang lebih terpersonalisasi. Dengan bantuan teknologi big data dan algoritma, pesan politik dapat disesuaikan dengan preferensi individu atau kelompok tertentu. Ini memungkinkan politisi untuk menargetkan audiens mereka dengan lebih tepat dan efisien, meningkatkan peluang pesan mereka diterima dengan baik oleh audiens yang dituju (Tufekci, 2014).

Namun, meskipun era digital membawa banyak manfaat, ada juga tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah penyebaran informasi palsu atau hoaks yang dapat merusak integritas proses politik. Media sosial, dengan kecepatannya dalam menyebarkan informasi, sering kali menjadi sarana bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita palsu yang dapat mempengaruhi persepsi publik. Oleh karena itu, literasi digital menjadi penting

dalam era komunikasi politik digital untuk membantu publik memilah informasi yang benar dan salah (Allcott & Gentzkow, 2017).

Selain itu, transformasi ke era digital juga menimbulkan isu terkait privasi. Pengumpulan data dalam jumlah besar oleh perusahaan teknologi dan partai politik menimbulkan kekhawatiran mengenai bagaimana data tersebut digunakan. Ada risiko bahwa data pribadi dapat disalahgunakan untuk tujuan manipulatif, seperti dalam kasus Cambridge Analytica yang memanfaatkan data pengguna Facebook untuk mempengaruhi hasil pemilu (Zuboff, 2019).

Dalam kesimpulannya, transisi dari era konvensional ke era digital telah membawa perubahan besar dalam komunikasi politik. Era digital menawarkan peluang yang lebih besar untuk interaksi dan partisipasi publik dalam proses politik, tetapi juga menimbulkan tantangan baru terkait integritas informasi dan privasi. Oleh karena itu, adaptasi terhadap teknologi digital harus dilakukan dengan hati-hati, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap demokrasi dan keterlibatan publik (Kreiss, 2016).

BAB 3



Gambar 3. Ilustrasi Konsep Dasar Komunikasi Politik 6.0

3.1 Teori Komunikasi Politik dan Relevansi di Era Digital

Teori komunikasi politik telah berkembang selama beberapa dekade, mencakup berbagai pendekatan yang menjelaskan bagaimana informasi politik dikomunikasikan, diterima, dan diproses oleh publik. Dalam era digital, teori-teori ini mengalami revisi dan adaptasi untuk mencerminkan perubahan teknologi dan dampaknya terhadap dinamika komunikasi politik. Salah satu teori klasik yang masih relevan hingga saat ini adalah Agenda-Setting Theory, yang dikembangkan oleh McCombs dan Shaw pada tahun 1972. Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik, meskipun media tidak menentukan bagaimana publik harus berpikir tentang isu tersebut (McCombs & Shaw, 1972).

Dalam konteks era digital, Agenda-Setting Theory mengalami transformasi. Media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan publik tidak hanya menerima informasi dari media tradisional, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan agenda dengan menyebarkan dan mendiskusikan isu-isu tertentu. Fenomena ini dikenal sebagai reverse agenda-

setting, di mana masyarakat atau pengguna media sosial dapat mempengaruhi agenda media massa dan politisi. Ini menunjukkan adanya pergeseran kekuasaan dalam proses komunikasi politik, di mana publik memiliki peran yang lebih besar dalam menentukan isu-isu yang menjadi fokus perhatian (Meraz, 2011).

Selain Agenda-Setting Theory, Framing Theory juga tetap relevan dalam era digital. Teori ini menjelaskan bagaimana media menyajikan dan mengemas informasi politik sehingga dapat mempengaruhi cara pandang publik terhadap suatu isu. Dalam era digital, framing tidak hanya dilakukan oleh media tradisional tetapi juga oleh individu-individu melalui media sosial. Misalnya, politisi atau influencer dapat membingkai suatu isu dengan cara tertentu untuk mempengaruhi persepsi publik. Framing dalam konteks digital sering kali bersifat lebih dinamis dan dapat dengan cepat berubah seiring dengan perkembangan diskusi di media sosial (Entman, 1993).

Era digital juga menekankan pentingnya Uses and Gratifications Theory, yang menjelaskan mengapa individu menggunakan media tertentu dan apa yang mereka harapkan dari media tersebut. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini relevan untuk memahami motivasi di balik penggunaan media digital oleh publik, seperti mencari informasi, hiburan, atau partisipasi dalam diskusi politik. Pengguna media digital tidak hanya konsumen pasif, tetapi juga pencari informasi aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan dan gratifikasi yang mereka cari (E. Katz et al., 1974).

Lebih lanjut, Spiral of Silence Theory yang dikembangkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann juga relevan untuk dianalisis dalam era digital. Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung diam jika mereka merasa opini mereka merupakan minoritas, karena takut akan isolasi sosial. Namun, di era digital, media sosial menyediakan platform bagi kelompok-kelompok minoritas untuk menyuarakan pendapat mereka tanpa rasa takut akan isolasi fisik. Meski demikian, fenomena cyberbullying atau trolling di media sosial dapat memperkuat spiral of silence dalam konteks digital, di mana individu tetap memilih diam untuk menghindari serangan verbal atau intimidasi online (Noelle-Neumann, 1974).

Era digital juga telah memunculkan teori-teori baru yang lebih spesifik, seperti Network Society Theory oleh Manuel Castells. Teori ini menggambarkan masyarakat modern sebagai masyarakat jaringan, di mana kekuasaan tidak lagi berpusat pada negara atau institusi, tetapi tersebar dalam jaringan-jaringan yang terdiri dari individu dan kelompok yang saling terhubung melalui teknologi digital. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini membantu menjelaskan bagaimana informasi politik menyebar melalui jaringan digital, dan bagaimana jaringan ini dapat digunakan untuk mengorganisir gerakan politik dan memobilisasi massa (Castells, 1996).

Theory of Media Ecology yang diperkenalkan oleh Neil Postman juga mendapatkan relevansi baru dalam era digital. Teori ini berpendapat bahwa media tidak hanya saluran untuk menyampaikan pesan, tetapi juga mempengaruhi struktur sosial dan budaya masyarakat. Dalam konteks digital, media sosial tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi, tetapi juga cara kita berpikir dan berinteraksi. Ini menggarisbawahi pentingnya memahami dampak jangka panjang dari teknologi digital terhadap komunikasi politik dan masyarakat secara keseluruhan (Postman, 1985).

Selain teori-teori klasik ini, muncul pula konsep baru seperti Digital Capitalism yang diperkenalkan oleh Christian Fuchs. Teori ini mengkaji bagaimana kapitalisme beroperasi di era digital, terutama dalam konteks media sosial dan komunikasi politik. Menurut Fuchs, platform digital yang tampaknya gratis sebenarnya mengeksploitasi data pengguna untuk keuntungan ekonomi, yang kemudian digunakan untuk mempengaruhi perilaku politik dan ekonomi pengguna tersebut. Ini membuka diskusi tentang etika dan dampak dari kapitalisme digital terhadap demokrasi dan komunikasi politik (Fuchs, 2014).

Secara keseluruhan, teori-teori komunikasi politik klasik masih memiliki relevansi dalam era digital, meskipun banyak yang perlu direvisi atau diperluas untuk mencerminkan perubahan yang dibawa oleh teknologi. Adaptasi teori-teori ini membantu kita memahami dinamika baru dalam komunikasi politik, termasuk peran aktif publik dalam menentukan agenda, perubahan dalam cara informasi dibingkai dan diterima, serta tantangan etis yang muncul dari penggunaan teknologi digital

dalam politik. Dengan memahami dan menerapkan teori-teori ini, kita dapat lebih baik dalam menganalisis dan merespons perkembangan komunikasi politik di era digital (Papacharissi, 2010).

3.2 Konsep Komunikasi Interaktif dan Partisipatif

Komunikasi interaktif dan partisipatif adalah dua konsep yang semakin mendapatkan perhatian dalam studi komunikasi politik, terutama di era digital. Era ini ditandai dengan perubahan signifikan dalam cara informasi disampaikan dan diterima, serta dalam cara publik berpartisipasi dalam proses politik. Dalam komunikasi politik konvensional, informasi biasanya disampaikan secara satu arah, dari politisi atau media massa kepada publik. Namun, dengan munculnya teknologi digital dan media sosial, komunikasi menjadi lebih interaktif, memungkinkan umpan balik langsung dan partisipasi aktif dari publik (Lievrouw & Livingstone, 2006).

Komunikasi interaktif mengacu pada proses komunikasi di mana penerima pesan dapat merespons secara langsung, menciptakan dialog dua arah yang dinamis. Di era digital, interaktivitas ini dimungkinkan oleh berbagai platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Platform-platform ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan politisi, lembaga pemerintah, dan sesama warga. Komunikasi interaktif ini tidak hanya mempercepat aliran informasi tetapi juga memungkinkan penyampaian pesan yang lebih personal dan relevan dengan audiens (Jenkins, 2006).

Partisipasi publik dalam komunikasi politik juga mengalami perubahan drastis. Sebelumnya, partisipasi politik sering kali terbatas pada kegiatan-kegiatan seperti pemungutan suara atau keterlibatan dalam kelompok-kelompok kepentingan. Namun, di era digital, partisipasi menjadi lebih inklusif dan beragam. Publik dapat terlibat dalam diskusi politik melalui komentar di media sosial, menandatangani petisi online, atau bahkan memulai kampanye mereka sendiri. Konsep ini dikenal sebagai *participatory culture*, di mana publik tidak hanya menjadi konsumen

informasi tetapi juga produsen dan distributor informasi politik (Shirky, 2011).

Konsep komunikasi partisipatif juga mencakup ide bahwa publik memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda politik dan media. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai alat yang memungkinkan publik untuk mengekspresikan opini mereka dan mempengaruhi diskusi publik. Hal ini berbeda dengan model komunikasi tradisional di mana media dan politisi memiliki kontrol penuh atas apa yang menjadi topik utama. Di era digital, kekuatan ini menjadi lebih terdistribusi, dengan publik memiliki peran yang lebih besar dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting (Dahlgren, 2009).

Namun, dengan meningkatnya interaktivitas dan partisipasi, muncul pula tantangan baru dalam komunikasi politik. Salah satunya adalah masalah fragmentasi informasi. Ketika publik memiliki kemampuan untuk memilih dan menyesuaikan informasi yang mereka terima, hal ini dapat menyebabkan terjadinya *filter bubbles* atau *echo chambers*, di mana individu hanya terpapar pada informasi yang mendukung pandangan mereka sendiri. Ini dapat memperkuat polarisasi politik dan mengurangi kualitas diskusi publik (Sunstein, 2017).

Selain itu, partisipasi digital juga menghadapi tantangan dalam hal inklusivitas. Meskipun teknologi digital memungkinkan partisipasi yang lebih luas, tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi ini. Ketimpangan digital tetap menjadi masalah, terutama di negara-negara berkembang, di mana akses terhadap internet dan perangkat digital masih terbatas. Ini menimbulkan risiko bahwa hanya sebagian kecil dari populasi yang benar-benar dapat berpartisipasi dalam komunikasi politik digital, sementara yang lainnya tertinggal (Norris, 2001).

Komunikasi interaktif dan partisipatif juga mempengaruhi cara politisi dan partai politik menjalankan kampanye mereka. Di masa lalu, kampanye politik sering kali bersifat top-down, di mana pesan kampanye disampaikan secara terpusat dan publik hanya menerima informasi tersebut. Namun, di era digital, kampanye politik menjadi lebih desentralisasi dan melibatkan partisipasi aktif dari pendukung.

Contoh nyata dari hal ini adalah penggunaan platform crowdfunding dan media sosial untuk mendukung kampanye politik, di mana publik tidak hanya menyumbang dana tetapi juga menyebarkan pesan kampanye kepada jaringan mereka sendiri (Bimber, 2003).

Secara keseluruhan, konsep komunikasi interaktif dan partisipatif mencerminkan perubahan mendasar dalam cara komunikasi politik dilakukan di era digital. Sementara teknologi digital menawarkan peluang besar untuk meningkatkan partisipasi publik dan memperkaya diskusi politik, tantangan-tantangan seperti fragmentasi informasi, ketimpangan digital, dan polarisasi tetap perlu diatasi. Memahami dan mengatasi tantangan ini adalah kunci untuk memanfaatkan potensi penuh dari komunikasi politik di era digital (Castells, 2009).

3.3 Adaptasi Teori Klasik dalam Konteks Teknologi Baru

Teori-teori klasik dalam komunikasi politik, seperti *Agenda-Setting*, *Framing*, dan *Uses and Gratifications*, telah lama menjadi landasan dalam memahami bagaimana informasi politik disampaikan dan diterima oleh publik. Namun, kemajuan teknologi, terutama di era digital, telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Hal ini memerlukan adaptasi terhadap teori-teori klasik untuk tetap relevan dan efektif dalam menganalisis dinamika komunikasi politik yang baru (McCombs, 2004).

Teori *Agenda-Setting* yang diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw pada tahun 1972, misalnya, menekankan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Di era digital, teori ini mengalami transformasi melalui fenomena yang disebut *reverse agenda-setting*, di mana publik, melalui media sosial, juga dapat mempengaruhi agenda media massa dan politisi. Kemampuan individu untuk menyebarkan informasi dan membentuk diskusi publik di platform digital menunjukkan pergeseran kekuasaan dalam komunikasi politik, di mana publik memiliki peran yang lebih aktif dibandingkan era sebelumnya (Meraz, 2011).

Selain *Agenda-Setting*, *Framing Theory* yang dikembangkan oleh Entman pada tahun 1993 juga mengalami adaptasi dalam konteks teknologi baru. Teori ini menjelaskan bagaimana media mengemas dan menyajikan informasi sehingga mempengaruhi cara pandang publik terhadap isu tertentu. Dalam era digital, framing tidak hanya dilakukan oleh media massa tradisional tetapi juga oleh individu-individu dan komunitas online yang dapat membingkai isu sesuai dengan kepentingan atau perspektif mereka. Hal ini memberikan ruang bagi lebih banyak variasi framing yang dapat mempengaruhi opini publik secara lebih luas dan dinamis (Entman, 1993).

Uses and Gratifications Theory juga relevan untuk dikaji ulang dalam konteks teknologi baru. Teori ini pada dasarnya mempelajari mengapa dan bagaimana individu menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Di era digital, teori ini menjadi semakin kompleks karena publik tidak hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen dan distributor informasi. Misalnya, pengguna media sosial dapat memilih, menciptakan, dan menyebarkan konten politik yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, yang memperkuat peran aktif mereka dalam komunikasi politik (Sundar & Limperos, 2013).

Salah satu adaptasi penting dari teori klasik dalam konteks teknologi baru adalah penerapan *Spiral of Silence Theory* oleh Elisabeth Noelle-Neumann. Teori ini berargumen bahwa individu cenderung menyembunyikan opini mereka jika mereka merasa bahwa pandangan mereka berada di minoritas, karena takut akan isolasi sosial. Di era media sosial, meskipun platform ini memungkinkan suara-suara minoritas untuk muncul, fenomena seperti trolling dan *cyberbullying* dapat memperkuat spiral of silence, di mana individu tetap diam untuk menghindari serangan verbal atau diskriminasi online (Noelle-Neumann, 1974).

Selain adaptasi teori-teori yang sudah ada, muncul pula teori-teori baru yang didasarkan pada perkembangan teknologi digital. Salah satunya adalah *Network Society Theory* oleh Manuel Castells, yang menggambarkan bagaimana struktur sosial dan kekuasaan diorganisir melalui jaringan digital. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini membantu menjelaskan bagaimana informasi politik menyebar dan bagaimana gerakan