
Komunikasi Politik Di Era Media Digital : Tinjauan Literatur

Anrigo Indra Kurniawan^{1)*}

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina

Email : andrigotv@gmail.com

Abstrak

Perkembangan media digital dan platform media sosial telah mentransformasi secara fundamental praktik dan dinamika komunikasi politik kontemporer. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi saluran komunikasi, tetapi juga membentuk ulang strategi retorika, pembentukan opini publik, partisipasi politik, serta relasi antara aktor politik dan warga negara. Artikel ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan literatur komprehensif mengenai komunikasi politik di era media digital dengan mensintesis temuan-temuan teoretis dan empiris dari berbagai konteks global dan Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode tinjauan literatur terhadap artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi yang diterbitkan pada periode 2016-2025, dengan fokus analisis empiris pada studi tahun 2020-2025. Analisis dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola utama, perdebatan konseptual, serta kesenjangan penelitian dalam kajian komunikasi politik digital. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa komunikasi politik digital ditandai oleh personalisasi pesan, visual storytelling, dan branding emosional yang didorong oleh logika algoritmik platform media sosial. Media digital memiliki dampak ganda, yaitu memperluas partisipasi politik dan responsivitas elite, sekaligus memperkuat polarisasi, echo chambers, dan penyebaran disinformasi. Temuan ini menegaskan perlunya kerangka regulasi, literasi digital, dan etika komunikasi politik yang lebih kuat untuk memastikan kontribusi media digital terhadap penguatan demokrasi yang deliberatif dan inklusif.

Kata kunci: Komunikasi Politik Digital, Media Sosial, Opini Publik.

Abstract

The development of digital media and social media platforms has fundamentally transformed the practices and dynamics of contemporary political communication. This transformation has not only altered communication channels but has also reshaped rhetorical strategies, public opinion formation, political participation, and the relationship between political actors and citizens. This article aims to present a comprehensive literature review of political communication in the digital media era by synthesizing theoretical and empirical findings from various global and Indonesian contexts. This study adopts a qualitative approach using a literature review method of reputable national and international journal articles published between 2016 and 2025, with particular emphasis on empirical studies from 2020 to 2025. The analysis is conducted thematically to identify key patterns, conceptual debates, and research gaps in the field of digital political communication. The findings indicate that digital political communication is characterized by message personalization, visual storytelling, and emotional branding driven by the algorithmic logic of social media platforms. Digital media exerts a dual impact by expanding political participation and elite responsiveness while simultaneously intensifying polarization, echo chambers, and the spread of disinformation. These findings underscore the need for stronger regulatory frameworks, digital literacy initiatives, and ethical standards in political communication to ensure that digital media contributes to the strengthening of deliberative and inclusive democracy.

Keywords: Digital Political Communication, Social Media, Public Opinion.

PENDAHULUAN

Transformasi lanskap komunikasi politik telah mengalami perubahan fundamental dengan hadirnya media digital dan platform media sosial. Munculnya era digital tidak hanya mengubah saluran komunikasi, tetapi juga merekonfigurasi praktik retorika politik tradisional ke dalam bentuk-bentuk baru yang dioptimalkan untuk arsitektur platform digital. Pergeseran ini menciptakan ekologi komunikasi politik yang berbeda secara substantif dari era media massa tradisional, di mana interaksi politik kini dimediasi oleh algoritma, visualitas digital, dan logika jaringan yang menghubungkan aktor politik, media, dan warga negara dalam konstelasi baru. Penelitian terkini menunjukkan bahwa media digital telah menciptakan ruang retorik baru di

mana ethos, pathos, dan logos politik dikonstruksi ulang melalui mekanisme kredibilitas algoritmik, kontagion emosional, dan fragmentasi argumen yang disesuaikan dengan format platform (Al-pares, 2025).

Secara teoretis, pemahaman tentang komunikasi politik digital memerlukan kerangka konseptual yang mampu menjelaskan kompleksitas interaksi antara teknologi, institusi politik, dan partisipasi warga. Perkembangan Web 2.0 pada awal abad ke-21 telah mengintegrasikan alat-alat digital ke dalam strategi kampanye politik dan membuka peluang partisipasi baru, meskipun sering kali tetap disubsumsi ke dalam komunikasi partisan tradisional. Teori-teori seperti mediatisasi politik, ruang publik berjejaring (*networked public sphere*), dan budaya partisipatoris menjadi landasan penting untuk menganalisis bagaimana platform digital membentuk diskursus politik kontemporer. Kerangka teoretis ini mengakui bahwa media digital bukan sekadar alat netral, melainkan infrastruktur yang membentuk cara politik dikomunikasikan, dipahami, dan dipraktikkan dalam masyarakat demokratis modern (Iosifidis & Wheeler, 2016).

Platform media sosial seperti Twitter (kini X), Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi arena sentral bagi diskursus politik global. Penelitian empiris menunjukkan bahwa dinamika jaringan pada platform seperti Twitter membentuk polarisasi ideologis melalui kampanye berjejaring strategis dan pembentukan komunitas partisan yang terukur. Analisis jaringan sosial dan tagar (*hashtag*) pada pemilihan federal Jerman tahun 2017 dan 2021 mengungkapkan bagaimana kelompok partisan menggunakan strategi amplifikasi untuk membentuk debat publik dan memperdalam polarisasi politik (Darius, 2022). Temuan ini menggarisbawahi bahwa platform media sosial tidak hanya menyediakan ruang untuk ekspresi politik, tetapi juga membentuk struktur komunikasi yang dapat memperkuat divisi ideologis dan mengubah karakter deliberasi demokratis.

Salah satu klaim utama tentang media digital adalah potensinya untuk mendemokratisasi partisipasi politik dengan menurunkan hambatan akses dan memberikan suara kepada warga yang sebelumnya terpinggirkan. Bukti empiris lintas negara menunjukkan bahwa keterlibatan warga yang tinggi pada postingan media sosial politisi dapat meningkatkan probabilitas politisi tersebut mempromosikan tindakan legislatif atau parlementer terkait, mengindikasikan bahwa media sosial dapat mendorong responsivitas agenda politik. Analisis terhadap lebih dari 370.000 postingan Facebook di Australia, Belgia, dan Amerika Serikat menunjukkan variasi lintas konteks institusional, namun secara umum mengonfirmasi bahwa media sosial dapat menerjemahkan aktivitas warga menjadi pengaruh terhadap agenda elite politik (Poljak & Russell, 2024). Namun, demokratisasi ini bersifat kompleks dan tidak seragam, karena pola penggunaan media sosial juga dapat mengekspos pengguna pada misinformasi dan polarisasi yang dapat merusak hasil deliberatif.

Ekosistem informasi politik telah mengalami fragmentasi dan restrukturisasi dalam era digital. Studi kasus di Meksiko mengenai jaringan hashtag #RedAMLO mengungkapkan bahwa meskipun node warga yang terdesentralisasi dapat meningkatkan visibilitas isu politik, kehadiran node yang menyerupai bot memperumit autentisitas dan aliran informasi (Olmedo-Neri, 2021). Fenomena ini menggambarkan dualitas ekosistem informasi digital: di satu sisi, media sosial memungkinkan difusi informasi yang lebih luas dan cepat. Sementara disisi lain ekosistem ini rentan terhadap manipulasi, distorsi, dan proliferasi informasi yang tidak terverifikasi. Perubahan dalam konsumsi berita politik, dari media tradisional ke platform digital yang dipersonalisasi oleh algoritma, telah menciptakan tantangan baru bagi literasi media dan kualitas diskursus publik.

Tantangan-tantangan dalam komunikasi politik digital mencakup misinformasi, kamar gema (*echo chambers*), dan polarisasi yang diintensifkan oleh logika platform. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak ganda (*double-edged sword*) terhadap keterlibatan politik, di satu sisi meningkatkan partisipasi di kalangan demografi tertentu, namun di sisi lain mengekspos pengguna pada misinformasi dan polarisasi yang dapat

merusak kualitas deliberasi demokratis (Shafique, 2024). Bukti metode campuran menghubungkan pola penggunaan media sosial dengan hasil yang kontradiktif, di mana pemberdayaan partisipatif berjalan beriringan dengan risiko fragmentasi informasi dan penguatan bias konfirmasi. Dinamika ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang bagaimana platform digital dapat dirancang dan diatur untuk memaksimalkan manfaat demokratis sambil meminimalkan bahaya.

Dalam konteks global, studi komparatif menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap komunikasi politik bervariasi menurut konteks institusional, budaya politik, dan infrastruktur digital. Penelitian di Nigeria mengenai penggunaan Twitter dalam kampanye pemilihan mengungkapkan bahwa Twittersphere berfungsi sebagai ruang keterlibatan politik yang signifikan, di mana warga, politisi, dan organisasi sipil berinteraksi untuk membentuk opini publik dan memobilisasi dukungan. Studi ini menunjukkan bahwa platform media sosial dapat berfungsi sebagai arena penting untuk diskursus politik di negara-negara berkembang, meskipun dengan tantangan khusus terkait akses digital, literasi media, dan manipulasi informasi (Opeibi, 2019). Perspektif komparatif ini penting untuk memahami bahwa efek media digital tidak universal, melainkan dimediasi oleh faktor-faktor kontekstual lokal.

Di Indonesia, dinamika komunikasi politik digital menunjukkan karakteristik khusus yang mencerminkan konteks sosio-politik dan budaya lokal. Tinjauan literatur kualitatif terhadap studi Indonesia dan internasional menemukan bahwa komunikasi politik digital di Indonesia menekankan estetika visual dan penampilan performatif, sementara algoritma platform mengintensifkan polarisasi dan partisipasi simbolik. Penelitian ini mengidentifikasi ambiguitas dalam apakah peningkatan partisipasi online menghasilkan hasil politik substantif di Indonesia, dan menyerukan studi yang menghubungkan retorika online dengan efek kebijakan dan intervensi literasi (Rambe et al., 2025). Konteks Indonesia menawarkan kasus menarik untuk memahami bagaimana platform global berinteraksi dengan struktur politik lokal, norma komunikasi, dan pola partisipasi warga.

Meskipun literatur tentang komunikasi politik digital telah berkembang pesat, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan. Kesenjangan utama meliputi kebutuhan untuk analisis longitudinal yang melacak perubahan dinamis dalam pola polarisasi dan keterlibatan lintas siklus pemilihan, penelitian lintas-platform yang membandingkan efek berbagai media sosial, dan studi metode campuran yang menghubungkan ekspresi digital dengan konsekuensi politik offline (Darius, 2022; Rambe et al., 2025). Secara khusus, terdapat kebutuhan untuk penelitian yang secara kritis mensintesis untaian optimis dan kritis dalam literatur, serta yang mengartikulasikan lacuna konseptual dan empiris tentang mediasi institusional terhadap efek digital (Iosifidis & Wheeler, 2016). Kesenjangan ini terutama penting dalam konteks regional seperti Indonesia, di mana hubungan antara aktivitas digital dan dampak politik substantif masih kurang dipahami.

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan literatur komprehensif tentang komunikasi politik di era media digital, dengan fokus khusus pada sintesis kritis terhadap penelitian empiris dan teoretis yang telah dilakukan hingga saat ini. Tinjauan ini akan mengintegrasikan perspektif global dan lokal, mengidentifikasi tren utama, perdebatan teoretis, dan temuan empiris dalam literatur, serta mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang dapat menginformasikan agenda penelitian masa depan. Dengan mensintesis beragam studi dari berbagai konteks geografis dan disiplin ilminer, artikel ini berupaya memberikan pemahaman holistik tentang bagaimana media digital telah mentransformasi komunikasi politik dan apa implikasinya bagi teori dan praktik demokrasi kontemporer. Pendekatan tinjauan literatur ini penting untuk memetakan medan penelitian yang kompleks dan berkembang pesat, serta untuk mengidentifikasi arah produktif bagi penelitian masa depan dalam bidang komunikasi politik digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan literatur (literature review) untuk mengkaji perkembangan komunikasi politik di era media digital. Penelusuran literatur dilakukan terhadap artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi yang diterbitkan dalam rentang 2016-2025 guna membangun landasan teoretis dan konseptual yang komprehensif, dengan fokus analisis pada studi empiris periode 2020-2025 yang merepresentasikan fase percepatan digitalisasi dan intensifikasi penggunaan media sosial dalam praktik komunikasi politik. Sumber literatur diperoleh melalui basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, dan portal jurnal nasional terakreditasi, dengan kriteria inklusi meliputi artikel penelitian empiris dan kajian teoretis yang relevan dengan topik komunikasi politik digital, media sosial, pembentukan opini publik, strategi kampanye, partisipasi politik, dan tantangan etika digital. Artikel yang terpilih dianalisis secara tematik melalui proses kategorisasi konsep, perbandingan temuan, dan sintesis kritis untuk mengidentifikasi pola utama, perdebatan teoretis, serta kesenjangan penelitian, sehingga memungkinkan pemetaan komprehensif atas tren komunikasi politik digital dan implikasinya bagi kualitas demokrasi kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Komunikasi Politik di Era Media Digital

Era media digital telah menghadirkan pergeseran fundamental dalam lanskap komunikasi politik, di mana jarak antara kandidat dan pemilih semakin tereduksi melalui mekanisme interaksi langsung yang difasilitasi oleh platform digital. Studi komparatif yang dilakukan oleh Pureklolon, Pawe, dan Pramono (2024) terhadap demokrasi berkembang di Indonesia, India, dan Brasil mengidentifikasi dua pola sentral dalam transformasi komunikasi politik digital, yakni promosi narasi populis dan penciptaan citra diri yang dipersonalisasi sebagai strategi komunikasi utama. Analisis terhadap 33 artikel internasional periode 2019- 2023 menunjukkan konsistensi pola tersebut lintas konteks geografis, mengindikasikan bahwa personalisasi dan retorika populis menjadi karakteristik universal komunikasi politik digital di negara-negara demokrasi berkembang.

Transformasi ini semakin nyata dalam konteks pemilihan umum Indonesia, di mana media sosial berperan sentral dalam membangun branding emosional dan pengalaman interaktif pemilih. Utami dan Fathana (2024) menemukan bahwa kandidat yang memanfaatkan storytelling personal dan pengalaman interaktif memperoleh tingkat engagement yang signifikan lebih tinggi dibandingkan kandidat dengan pendekatan komunikasi konvensional. Analisis metrik pasca-engagement kampanye Pemilu 2024 menunjukkan bahwa konten bernuansa emosional dan personal menghasilkan interaksi yang lebih tinggi, khususnya di kalangan pemilih muda yang menjadi segmen dominan pengguna media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi komunikasi politik tidak hanya terjadi pada tataran teknologi, melainkan juga pada substansi pesan yang semakin menekankan aspek afektif dan relasional.

Secara analitis, transformasi komunikasi politik di era digital dapat dipahami sebagai proses disintermediasi yang mengurangi peran gatekeeper tradisional seperti media massa konvensional, sekaligus menciptakan arena komunikasi yang lebih horizontal namun juga lebih kompleks. Personalisasi pesan politik yang difasilitasi oleh algoritma platform digital memungkinkan kandidat untuk menysar segmen pemilih spesifik dengan narasi yang disesuaikan, namun di sisi lain juga berpotensi memperkuat fragmentasi ruang publik dan polarisasi politik. Integrasi antara strategi komunikasi populis dan personal branding dalam ekosistem digital mencerminkan adaptasi aktor politik terhadap logika platform yang mengutamakan engagement dan virality, yang pada gilirannya menggeser prioritas komunikasi politik dari deliberasi substantif menuju kompetisi perhatian dan resonansi emosional.

Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik

Media sosial telah menjadi arena utama pembentukan opini publik dalam konteks politik kontemporer, dengan mekanisme yang kompleks melibatkan algoritma kurasi konten, dinamika interaksi pengguna, dan peran amplifier seperti influencer politik. Miarta (2024) dalam studinya terhadap pemilihan umum Indonesia 2024 mengidentifikasi sifat ganda media sosial: di satu sisi mendemokraskan partisipasi dengan memberikan akses luas kepada warga untuk menyuarakan pendapat, namun di sisi lain menyebabkan bias algoritmik dan penyebaran disinformasi yang membentuk echo chambers. Melalui wawancara kualitatif dengan 30 partisipan meliputi pemilih, influencer, dan analis politik, penelitian ini menemukan bahwa algoritma platform media sosial cenderung memperkuat preferensi politik yang sudah ada, sehingga membatasi eksposur terhadap perspektif beragam dan memperdalam polarisasi.

Mekanisme pembentukan opini publik melalui media sosial juga terlihat jelas dalam platform video seperti YouTube, yang menyediakan ruang diskusi ekstensif seputar isu-isu politik. Auliya, Nasiwan, dan Pratama (2025) menganalisis komentar dan diskusi pada video debat presidensial 2024 di YouTube menggunakan web scraping dan analisis NVivo, menemukan bahwa interaksi di platform tersebut memperkuat polarisasi opini sekaligus membentuk pemahaman publik terhadap isu demokrasi. Pola polaritas dan sentimen yang teridentifikasi menunjukkan bahwa ruang komentar YouTube tidak hanya berfungsi sebagai forum ekspresi pendapat, tetapi juga sebagai mekanisme sosialisasi politik yang membentuk frame interpretasi pemilih terhadap kandidat dan isu-isu elektoral. Platform video dengan demikian menjadi laboratorium sosial di mana opini publik dikonstruksi secara kolektif melalui proses negosiasi makna yang berlangsung secara real-time.

Sintesis dari berbagai temuan tersebut mengindikasikan bahwa pembentukan opini publik di era media sosial tidak lagi mengikuti model komunikasi linear dari elit ke massa, melainkan beroperasi melalui jaringan komunikasi yang terdesentralisasi namun terstruktur oleh logika algoritmik. Echo chamber yang terbentuk bukan semata-mata hasil dari pilihan individual pengguna, tetapi juga produk dari arsitektur platform yang mengoptimalkan engagement melalui personalisasi konten. Implikasinya, opini publik yang terbentuk melalui media sosial cenderung lebih terfragmentasi dan terpolarisasi dibandingkan era media massa, menciptakan tantangan bagi deliberasi demokratis yang mensyaratkan eksposur terhadap argumen-argumen yang beragam. Kondisi ini menuntut pemahaman baru tentang ruang publik politik yang tidak lagi homogen, melainkan terdiri dari multiple publics dengan realitas informasi yang berbeda-beda.

Strategi Komunikasi Politik Digital

Aktor politik kontemporer mengembangkan beragam strategi komunikasi digital yang disesuaikan dengan karakteristik demografis pemilih dan logika platform media sosial. Lianda dan Ananda (2025) dalam tinjauan literatur mereka menemukan bahwa kandidat dari generasi Z dan Millennial secara khusus menggunakan personalisasi konten, visual storytelling, dan pengangkatan isu-isu generasional seperti perubahan iklim dan reformasi pendidikan untuk menarik dukungan online. Sintesis literatur menunjukkan bahwa taktik konten yang dipersonalisasi dan interaksi langsung dengan pemilih muda terbukti meningkatkan perhatian dan dukungan, meskipun strategi ini juga menghadapi tantangan berupa disinformasi dan ketimpangan akses digital yang dapat mengurangi efektivitasnya di segmen pemilih tertentu.

Efektivitas strategi komunikasi digital juga bergantung pada kemampuan kandidat untuk mengintegrasikan narasi personal dengan nilai-nilai lokal dan religius yang relevan dengan konstituen. Hanggaratri et al. (2025) dalam studi etnografi virtual terhadap kampanye Instagram Khofifah Indar Parawansa pada Pilkada Jawa Timur 2024 menemukan bahwa penggunaan narasi personal yang terikat dengan nilai lokal dan religius, dikombinasikan dengan unggahan visual yang beragam, berhasil menciptakan ikatan emosional dan interaksi dua arah yang efektif. Pendekatan storytelling yang konsisten dan responsif terhadap komentar pemilih terbukti meningkatkan citra kandidat di kalangan pemilih lokal, menunjukkan bahwa strategi komunikasi

digital yang efektif tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan untuk mengontekstualisasikan pesan dengan identitas dan aspirasi lokal.

Secara strategis, keberhasilan komunikasi politik digital terletak pada kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai kanal dan format komunikasi dalam ekosistem kampanye yang koheren. Kandidat yang mampu mensinergikan media sosial organik, iklan digital terarah, dan konten viral cenderung lebih berhasil dalam membangun kepercayaan pemilih dan memobilisasi dukungan. Namun, efektivitas strategi ini juga dibatasi oleh tingkat literasi digital pemilih dan kredibilitas kandidat di luar ruang digital. Strategi komunikasi digital yang sophisticated tidak secara otomatis menerjemahkan menjadi dukungan elektoral jika tidak didukung oleh rekam jejak dan konsistensi antara janji kampanye dan tindakan politik. Dengan demikian, komunikasi politik digital sebaiknya dipahami bukan sebagai pengganti, melainkan sebagai amplifikasi dari strategi komunikasi politik yang lebih luas yang mencakup dimensi offline dan kredibilitas substansif.

Partisipasi Politik dan Tantangan Etika Digital

Digitalisasi komunikasi politik telah memperluas ruang partisipasi politik dengan menyediakan platform yang memungkinkan warga untuk terlibat dalam diskusi publik, menyuarakan aspirasi, dan memobilisasi dukungan secara lebih mudah dan cepat. Auliya, Nasiwan, dan Pratama (2025) menemukan bahwa platform seperti YouTube debat presidensial meningkatkan ruang partisipasi politik dengan memfasilitasi komentar dan diskusi yang luas, namun sekaligus memperparah polarisasi dan menyebarkan respons yang beragam terhadap isu demokrasi. Hasil web scraping komentar dan analisis sentimen menunjukkan keterkaitan erat antara konsumsi video debat dan peningkatan aktivitas partisipatif, namun juga mengindikasikan bahwa partisipasi tersebut sering kali bersifat reaktif dan terpolarisasi, sehingga menimbulkan pertanyaan tentang kualitas deliberasi dalam ruang digital.

Ekspansi partisipasi politik digital juga diiringi oleh tantangan etika yang serius, terutama terkait dengan transparansi algoritma, disinformasi, dan manipulasi opini. Miarta (2024) menegaskan bahwa meskipun media sosial mendorong partisipasi dan memberi suara bagi kelompok terpinggirkan, algoritma platform dan penyebaran misinformasi telah mengikis kepercayaan publik terhadap proses politik. Wawancara dengan pemilih, influencer, dan analis politik mengungkapkan efek ganda media sosial: peningkatan aksesibilitas partisipasi di satu sisi, dan degradasi kualitas informasi serta kepercayaan di sisi lain. Untuk mengatasi dilema ini, penelitian merekomendasikan transparansi algoritma platform dan implementasi program literasi digital yang komprehensif untuk meningkatkan kemampuan kritis warga dalam mengonsumsi informasi politik digital.

Tantangan etika dalam komunikasi politik digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga normatif, menyangkut batas antara persuasi yang legitimate dan manipulasi yang merusak integritas proses demokratis. Dilema etika kontemporer mencakup pertanyaan tentang akuntabilitas pengirim pesan politik, tanggung jawab platform dalam kurasi konten, dan perlindungan privasi warga dalam ekosistem data-driven politics. Integritas komunikasi politik digital memerlukan kerangka regulasi yang menyeimbangkan kebebasan berekspresi dengan perlindungan terhadap disinformasi dan manipulasi, serta mekanisme akuntabilitas yang jelas bagi aktor politik dan platform digital. Lebih jauh, peningkatan partisipasi politik digital yang bermakna mensyaratkan tidak hanya akses teknologi, tetapi juga kapasitas kritis warga untuk mengevaluasi informasi, mengenali manipulasi, dan terlibat dalam deliberasi yang konstruktif. Tanpa fondasi literasi digital dan etika komunikasi yang kuat, ekspansi partisipasi digital berisiko menghasilkan demokrasi yang lebih partisipatif secara kuantitatif namun lebih dangkal secara kualitatif.

KESIMPULAN

Tinjauan literatur terhadap komunikasi politik di era media digital menunjukkan transformasi fundamental dalam cara aktor politik berinteraksi dengan konstituen, membentuk opini publik, dan memobilisasi dukungan elektoral. Digitalisasi komunikasi politik telah menggeser paradigma dari model komunikasi hierarkis dan termediasi menuju ekosistem komunikasi yang lebih horizontal namun terstruktur oleh logika algoritmik platform digital. Temuan-temuan utama mengindikasikan bahwa personalisasi pesan, visual storytelling, dan branding emosional menjadi strategi dominan yang memanfaatkan karakteristik media sosial untuk membangun koneksi afektif dengan pemilih, khususnya generasi muda.

Media sosial terbukti memiliki efek ganda: di satu sisi memperluas akses partisipasi politik dan memberikan suara bagi kelompok terpinggirkan, namun di sisi lain menciptakan echo chambers, memperdalam polarisasi, dan memfasilitasi penyebaran disinformasi yang mengikis kepercayaan publik terhadap proses demokratis. Integrasi antara strategi komunikasi populis, personal branding, dan targeting berbasis data dalam kampanye digital mencerminkan adaptasi aktor politik terhadap logika platform yang mengutamakan engagement dan virality, yang pada gilirannya menggeser prioritas komunikasi politik dari deliberasi substantif menuju kompetisi perhatian dan resonansi emosional.

Berdasarkan temuan penelitian, diperlukan penguatan kerangka regulasi untuk menjamin transparansi algoritma, akuntabilitas konten politik, serta perlindungan terhadap disinformasi dan privasi. Selain itu, peningkatan literasi digital menjadi krusial guna mendorong partisipasi politik yang kritis dan deliberatif. Aktor politik juga perlu mengedepankan etika komunikasi digital yang berlandaskan integritas dan tanggung jawab sosial. Ke depan, penelitian lanjutan terutama studi longitudinal dan lintas platform perlu dikembangkan untuk menilai dampak jangka panjang komunikasi politik digital terhadap kualitas demokrasi di Indonesia.

REFERENSI

- Al-pares, J. (2025). Digital rhetoric and the transformation of political communication: An analysis of ethos, pathos, and logos in post-truth era social media campaigns. *Journal of Linguistics and Aesthetics*, 2(1). <https://doi.org/10.32722/jla.v2i1.7774>
- Auliya, A. N., Nasiwan, N., & Pratama, D. A. (2025). Analysis of political participation and online public discourse on democracy issues during the 2024 presidential election debate on youtube. *International Journal of Social Service and Research*, 5(1). <https://doi.org/10.46799/ijssr.v5i1.1173>
- Darius, P. (2022). Who polarizes Twitter? Ideological polarization, partisan groups and strategic networked campaigning on Twitter during the 2017 and 2021 German Federal elections. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1), 164. <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00958-w>
- Hanggaratri, C. A., Rahmawati, D. E., Misran, M., & Budiarto, R. (2025). New political campaigning in the digital era: Khofifah Indar Parawansa's strategy during the 2024 East Java Regional Elections. *Politicon*, 7(1), 1-20. <https://doi.org/10.15575/politicon.v7i1.43924>
- Iosifidis, P., & Wheeler, M. (2016). Modern political communication and Web 2.0 in representative democracies: The United States and the British experience. In P. Iosifidis & M. Wheeler (Eds.), *Public Spheres and Mediated Social Networks in the Western Context and Beyond* (pp. 107-127). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-41030-6_5
- Lianda, F. D., & Ananda, A. (2025). Social media as the arena of contemporary politics: A literature review of Gen Z and millennial candidate strategies for the 2024 elections. *JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala*, 10(2). <https://doi.org/10.58258/jupe.v10i2.8803>
- Miarta, W. M. (2024). Voter behavior and social media influence: A case study of Indonesia's 2024 general election. *Riwayat*, 7(4), 1158-1170. <https://doi.org/10.24815/jr.v7i4.41632>
- Olmedo-Neri, R. A. (2021). La comunicación política en Internet: el caso de #RedAMLO en México. *Universitas: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 34, 99-116. <https://doi.org/10.17163/UNI.N34.2021.05>

- Opeibi, T. O. (2019). The Twittersphere as political engagement space: A study of social media usage in election campaigns in Nigeria. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 40(5), 741-756. <https://doi.org/10.16995/DSCN.292>
- Poljak, Ž., & Russell, A. (2024). All talk, no action? Politicians' agenda responsiveness to citizens' engagement on social media. *Political Research Quarterly*, 78(1), 340-355. <https://doi.org/10.1177/10659129241309296>
- Pureklolon, T. T., Pawe, A., & Pramono, R. (2024). Digital political communication in emerging democracy: A comparative study of Indonesia, India, and Brazil. *Studies in Media and Communication*, 13(1), 1-12. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7348>
- Rambe, A. S., Fadilah, H., Ritonga, P. N., Azzahra, S. N., & Harahap, Z. M. (2025). Dinamika komunikasi politik di era digital. *Algebra: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Sains*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.58432/algebra.v5i2.1315>
- Shafique, S. (2024). The impact of social media on political engagement: A double-edged sword. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(4), 45-62. <https://doi.org/10.62019/24s60j71>
- Utami, N. W., & Fathana, H. (2024). Social media dynamics in Indonesian politics: Social media political marketing and branding in the 2024 presidential elections. *The Kyoto Conference on Arts, Media & Culture Official Conference Proceedings*, 195-207. <https://doi.org/10.22492/issn.2436-0503.2024.27>