



KOMUNIKASI

Politik

DALAM ERA SIBER

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

Dr. Ira Patriani, M.Si

editor : Ghina Aprilia, S.A.P., M.A.P



KOMUNIKASI POLITIK DALAM ERA SIBER

Penulis:

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si
Dr. Ira Patriani, M.Si

Editor:

Ghina Aprilia, S.A.P, M.A.P



UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Komunikasi Politik dalam Era Siber

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si
Dr. Ira Patriani, M.Si

EDITOR :
Ghina Aprilia, S.A.P, M.A.P

TATA LETAK:
Muhammad Adhar

DESAIN SAMPUL:
Muhammad Adhar

SUMBER:
www.tdjpublisher.com

ISBN:
978-634-7363-09-1

CETAKAN PERTAMA:
Juli 2025

UKURAN:
vi + 114 Hal; 17,6 cm x 25 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang menggandakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

ANGGOTA IKAPI: 006/NTT/2022
TANGGUH DENARA JAYA PUBLISHER
Jl. Timor Raya No. 130 B, Kota Kupang, NTT
E-mail: tdj.denarapublisher@gmail.com

KATA PENGANTAR

Perubahan teknologi informasi dalam dua dekade terakhir telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam konteks politik. Munculnya media sosial, kecerdasan buatan, big data, dan platform digital lainnya telah mengguncang model komunikasi politik tradisional yang selama ini bersifat top-down dan terpusat. Kini, relasi antara elite politik dan warga negara mengalami pergeseran besar: lebih cair, interaktif, dan pada saat yang sama penuh tantangan baru — dari disinformasi, polarisasi, hingga manipulasi algoritmik.

Buku ajar ini hadir sebagai respons atas kebutuhan mendesak akan pemahaman komprehensif, kritis, dan kontekstual mengenai praktik komunikasi politik di era digital. Kami menyusun buku ini tidak hanya sebagai bahan bacaan, tetapi juga sebagai alat refleksi dan navigasi intelektual bagi mahasiswa, dosen, peneliti, praktisi politik, hingga masyarakat umum yang ingin memahami arah baru demokrasi digital.

Melalui pendekatan interdisipliner dan berbasis teori mutakhir, buku ini menjelajahi isu-isu seperti: politik pasca-kebenaran (*post-truth*) (Keyes, 2004; McIntyre, 2018), komputasi politik dan penyebaran hoaks (Tufekci, 2014; Zuboff, 2019), demokrasi siber dan tantangan etika digital (Morozov, 2011; Coleman & Freelon, 2020), hingga aktivisme tanpa pemimpin melalui hashtag politics dan citizen journalism (Mihailidis, 2018; Bennett & Segerberg, 2013).

Tujuan Penyusunan Buku Ini:

1. Memberikan landasan teoritis dan konseptual yang kuat terkait dinamika komunikasi politik digital.
2. Menyediakan analisis empiris dan studi kasus aktual baik dari Indonesia maupun global, untuk memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap praktik nyata.
3. Menumbuhkan kemampuan berpikir kritis, etis, dan reflektif terhadap fenomena politik digital yang terus berubah.

4. Membantu sivitas akademika dalam membangun literasi politik digital agar mampu menghadapi era disrupsi informasi dengan bijak.

Kegunaan Buku Ajar Ini:

- Sebagai bahan ajar utama maupun pendukung dalam mata kuliah Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi, Politik Siber, dan Jurnalisme Politik.
- Menjadi sumber referensi akademik untuk penyusunan tugas akhir, esai, atau penelitian tentang politik digital dan demokrasi modern.
- Memberikan panduan praktis dan etis bagi calon politisi, pengelola kampanye, humas politik, hingga aktivis digital dalam menggunakan media secara bertanggung jawab.
- Mendorong masyarakat sipil untuk menjadi subjek aktif dalam demokrasi digital, bukan hanya objek dari kampanye atau manipulasi informasi.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan dan pengembangan buku ini. Semoga buku ajar ini **menjadi** alat bantu yang efektif dalam memperkuat pendidikan politik kritis dan mendorong pembangunan demokrasi digital yang inklusif, adil, dan etis.

“Generasi digital tidak hanya membutuhkan koneksi internet, tetapi juga literasi politik dan keberanian untuk berpikir kritis.” —
Adaptasi dari Mihailidis (2017).

Bandung, Juli 2025

Penulis

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
-----------------------------	----------

DAFTAR ISI	iii
-------------------------	------------

BAB 1

Pengantar Komunikasi Politik	1
---	----------

1.1. Definisi dan Ruang Lingkup Komunikasi Politik	1
--	---

1.2. Hubungan antara Komunikasi dan Kekuasaan	2
---	---

1.3. Evolusi Komunikasi Politik: Dari Lisan ke Era Digital	5
--	---

1.4. Peran Komunikasi dalam Demokrasi Modern	7
--	---

BAB 2

Teori-Teori Komunikasi Politik Klasik & Modern	10
---	-----------

2.1. Teori Propaganda dan Spiral of Silence	11
---	----

2.2. Teori Agenda-Setting dan Framing	13
---	----

2.3. Teori Uses and Gratifications	15
--	----

2.4. Teori Mediatization dan Post-Truth.....	16
--	----

BAB 3

Aktor dan Kanal Komunikasi Politik.....	18
--	-----------

3.1. Aktor Utama: Politisi, Partai, Jurnalis, Pemilih	20
---	----

3.2. Peran Media Konvensional vs Media Baru.....	21
--	----

3.3. Komunikasi elite vs Akar Rumput	23
--	----

3.4. Disrupsi aktor: influencer politik, buzzer, dan AI bot.....	25
--	----

BAB 4

Opini Publik dan Ruang Publik Digital	28
--	-----------

4.1. Dinamika Pembentukan Opini Public	30
--	----

4.2. Media sosial sebagai ruang publik baru	32
---	----

4.3. Polarisasi dan Echo Chamber.....	34
---------------------------------------	----

4.4. Hoaks, Misinformasi, dan Filter Bubble dalam Ruang Publik Digital	36
---	----

BAB 5

Media Massa dan Relasi Kekuasaan..... 39

- 5.1. Struktur kepemilikan media dan bias politik 41
- 5.2. Framing Politik dalam Pemberitaan..... 43
- 5.3. Censorship dan Kontrol Media oleh Negara..... 46
- 5.4. Jurnalisme independen di bawah Tekanan Politik 48

BAB 6

Komunikasi Politik dalam Kampanye 51

- 6.1 Strategi Kampanye Konvensional vs Digital 53
- 6.2 Political Branding dan Personalisasi Tokoh..... 56
- 6.3. Political Advertising dan Microtargeting 58
- 6.4 Studi Kasus: Kampanye Presiden Indonesia & Amerika Serikat 60

BAB 7

Politik Identitas dan Komunikasi..... 63

- 7.1. Etnisitas, Agama, Gender dalam Komunikasi Politik..... 65
- 7.2. Politik Simbolik dan Emosi Kolektif..... 67
- 7.3. Mobilisasi politik berbasis identitas..... 70
- 7.4. Mobilisasi Politik Berbasis Identitas..... 72
- 7.5. Dampak Komunikasi Politik terhadap Kohesi Sosial 74

BAB 8

Komunikasi Politik di Era Post-Truth 78

- 8.1. Definisi dan Karakter Post-Truth 78
- 8.2. Narasi Emosional vs Fakta..... 78
- 8.3. Propaganda Digital dan Disinformasi 79
- 8.4. Dampaknya pada Kepercayaan Publik 79

BAB 9

Teknologi Siber dan Strategi Komunikasi Politik..... 80

- 9.1. Big Data, AI, dan Prediksi Perilaku Pemilih..... 80