

## Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini

**Julius Manahara Hutabarat**

Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung

Korespondensi penulis, email: [baratjonny@gmail.com](mailto:baratjonny@gmail.com)

***Abstract.** Social media has become an effective tool in political campaigns. Politicians can use social media to promote themselves, disseminate information, and interact directly with voters. Social media also allows political parties to gauge public sentiment, understand voter needs, and respond with relevant policies. However, there are several challenges in using social media as a campaign tool, such as the spread of invalid information, the use of bot accounts, and the manipulation of opinions. Therefore, it is important for politicians and political parties to manage social media well and ensure that the information disseminated is correct and accountable. In addition, social media can also strengthen political polarization and reduce the ability to reach political agreements. Despite this, social media remains an effective tool in political campaigns, and its use continues to grow in Indonesia.*

***Keywords:** Social media, Strategy, politics*

**Abstrak.** Media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam kampanye politik. Politisi dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan diri, menyebarkan informasi, dan berinteraksi langsung dengan pemilih. Media sosial juga memungkinkan partai politik untuk mengukur sentimen publik, memahami kebutuhan pemilih, dan merespons dengan kebijakan yang relevan. Namun, terdapat beberapa tantangan dalam menggunakan media sosial sebagai alat kampanye, seperti penyebaran informasi yang tidak valid, penggunaan akun bot, dan manipulasi opini. Oleh karena itu, penting bagi politisi dan partai politik untuk mengelola media sosial dengan baik dan memastikan bahwa informasi yang disebarkan adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, media sosial juga dapat memperkuat polarisasi politik dan mengurangi kemampuan untuk mencapai kesepakatan politik. Meskipun demikian, media sosial tetap menjadi alat yang efektif dalam kampanye politik, dan penggunaannya terus berkembang di Indonesia.

**Kata kunci:** Media sosial, Strategi, politik

### LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi pada era digital telah mengubah peran media konvensional, terutama dengan hadirnya media baru atau media digital. Media baru memungkinkan penggunaan teks, suara, gambar, dan video dengan menggunakan teknologi komputer yang berbeda dari media konvensional. Media baru memiliki dampak besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, merubah pola kehidupan dalam aspek budaya, berpikir, dan berkomunikasi. Internet menjadi penyokong utama kelahiran media baru dan berdampak pada terciptanya bentuk baru interaksi sosial dan kegiatan komunikasi manusia. Media sosial, sebagai bagian dari media baru, memegang peranan penting di hampir segala lini masyarakat, mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat. Media sosial juga memungkinkan partisipasi politik yang aktif, memperkuat gerakan sosial dan politik, serta memfasilitasi strategi nalar dan refleksi dalam mobilisasi dukungan. Dengan demikian, media sosial telah

membuktikan peran pentingnya dalam konteks politik modern, baik dalam hal kampanye politik maupun dalam memobilisasi dukungan dan menyebarkan informasi politik . Pemilihan umum merupakan sarana demokrasi yang menjadi ajang bagi kedaulatan rakyat, dalam negara demokrasi pemilu yang notabene yang merupakan cerminan suara rakyat menjadi penentu bagi keberlangsungan sebuah negara untuk menentukan nasib dan tujuan sebuah negara. Komunikasi politik yang dilakukan tentunya menyesuaikan dengan sistem politik yang ada di Indonesia, sistem politik mau tidak mau turut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh partai politik yang menempatkan komunikasi politik sebagai suatu fungsi politik bersama dengan fungsi artikulasi, akregasi sosialisasi dan rekrutmen yang terdapat dalam suatu sistem politik. Perkembangan teknologi komunikasi telah merambah kehidupan umat manusia salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi adalah media baru (new media) yang kemudian melahirkan media sosial (social media). Kehadiran media social juga mempenaruhi bidang politik dimana media sosial sudah menjadi alat kampanye yang efektif, menurut Silih Agung Wasesa, kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif,tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Dengan karakteristiknya itu tidak sedikit aktor politik di sejumlah negara memanfaatkan media sosial proses kampanye politik atau strategi politik. Strategi komunikasi politik pada dasarnya merupakan langkah-langkah dalam melakukan komunikasi politik yang berkaitan dengan pembuatan atau penyebarluasan informasi politik dengan menggunakan media sosial yang bertujuan menyampaikan pesan politik yang disampaikan komunikator politik, dengan menggunakan media social. Media sosial dapat menyampaikan pesan politik dengan menarik simpati khalayak dalam rangka partisipasi politik sehingga ketertarikan masyarakat dalam memilih calon pemimpinnya.

## **KAJIAN TEORITIS**

Dalam konteks politik modern, fenomena media sosial telah menjadi subjek kajian teoritis yang mendalam, menggambarkan pergeseran paradigmatik dalam strategi politik yang dahulu didominasi oleh platform konvensional. Penggunaan media sosial sebagai sarana strategis dalam ranah politik telah menciptakan transformasi luar biasa, memungkinkan partisipasi aktif, penyebaran pesan politik, dan interaksi langsung antara pemimpin politik, kandidat, dan masyarakat secara instan serta global. Penelitian teoretis dalam konteks ini mencakup analisis tentang bagaimana media sosial memengaruhi dinamika politik, memperluas jangkauan politik, memfasilitasi mobilisasi massa, dan mengubah cara

komunikasi politik terjadi, menimbulkan dampak yang signifikan dalam peta politik global serta lokal. Keberadaan dan penggunaan strategis media sosial dalam politik juga menimbulkan pertanyaan kritis tentang keadilan informasi, manipulasi opini publik, dan potensi ancaman terhadap demokrasi, menjadikan penelitian teoritis tentang fenomena ini sebagai bagian integral dalam pemahaman terhadap perubahan politik kontemporer.

## **METODE PENELITIAN**

Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif yaitu studi pustaka, yang dilakukan dengan cara mempelajari referensi artikel jurnal. Melalui analisis pustaka yang cermat peneliti mengumpulkan dan meneliti berbagai studi teori dari terkait media sosial sebagai strategi politik. Data yang digunakan adalah informasi yang ditemukan dari artikel jurnal, buku, laporan riset dan sumber-sumber teoritis terpercaya lainnya yang terkait dengan fenomena ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bentuk Bentuk Strategi Politik Menggunakan Media Sosial**

Di era modern masyarakat tidak terlepas dari namanya media sosial yang menjadi alat komunikasi, media sosial bisa dimanfaatkan menjadi strategi dalam berpolitik, melalui media sosial para anggota politik dapat membangun citra mereka dan dapat membagikan konten yang menyoroti pencapaian, visi, dan nilai-nilai mereka, serta berinteraksi langsung dengan pemilih untuk memperkuat citra positif mereka. Beberapa bentuk strategi politik yang menggunakan media sosial, media sosial menjadi komunikasi politik, media sosial menjadi strategi kampanye, media sosial sebagai gerakan reklamasi di Bali

- Media sosial merupakan bagian penting bagi partai politik untuk memberikan informasi ke publik mengenai kegiatan politiknya. Media sosial dimanfaatkan oleh partai politik untuk kepentingan politik, karena media inilah yang memiliki kekuatan untuk itu memengaruhi berbagai audiens (Alam, 2019). Karena pengguna media sosial di Indonesia semakin banyak, penggunaannya juga semakin meluas khususnya kepentingan politik pun ikut menghiasi. Dalam proses komunikasi politik di Indonesia, media baru menjadi media masa depan karena murah, akses cepat, mudah dan cepat secara langsung berinteraksi

dengan komunikator (Wahid 2016), karena media social mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi opini publik.

- Kekuatan media sosial untuk mempengaruhi masyarakat didasarkan secara eksklusif pada aspek sosialnya: ini berarti interaksi dan partisipasi yang bisa dilakukan melalui kampanye. Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Dengan berkembangnya teknologi internet dan banyak penduduk di Indonesia menggunakan internet serta mempunyai media sosial seperti facebook, twitter, blog dan youtube. Indonesia menempati urutan kedelapan di seluruh dunia.
- Media sosial dipandang sebagai salah satu strategi gerakan sosial baru, menggunakan metode studi kasus serta kerangka berpikir new social movement dan cyberprotest, peran media sosial ikut mempengaruhi proses demokrasi akar rumput di Indonesia. Karakteristik media sosial seperti bentuk, konten, dan khalayak memengaruhi pembentukan nalar dan refleksi publik atas isu reklamasi Teluk Benoa. Media sosial sebagai strategi gerakan sosial baru berperan memfasilitasi strategi nalar dan refleksi dalam mobilisasi dukungan. Ini berarti media sosial mampu mendorong representasi demokratis ketika berhasil bertransformasi menjadi aksi nyata.

### **1. Media Sosial Menjadi Komunikasi Politik**

Perkembangan global Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mendorong pertumbuhan komunikasi dunia maya, baik di kalangan pemerintah, lembaga sosial politik, maupun masyarakat umum. Perkembangan komunikasi ini ditandai oleh pemanfaatan media baru sebagai media komunikasi (new media), di mana komunikasi yang awalnya hanya terbatas pada interaksi personal secara langsung, kini berkembang secara online melalui internet. Salah satu bentuk komunikasi berbasis internet yang banyak digunakan adalah media sosial, yang merupakan media online di mana penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam proses komunikasi politik., menurut Michael Rush dan Phillip Althoff, komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Proses ini terjadi secara berkesinambungan dan mencakup pertukaran informasi di antara individu-individu dan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan. Komunikasi politik melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Media sosial memungkinkan partai politik dan politisi untuk

memanfaatkannya sebagai alat kampanye politik, memantau opini publik tentang isu-isu politik, dan mengukur sentimen publik. Selain itu, media sosial juga memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam diskusi politik, mengorganisir gerakan sosial, dan mempengaruhi kebijakan public. Komunikasi politik merupakan segala bentuk komunikasi yang diperlukan untuk membangun dan memelihara hubungan serta mengkoordinasikan kegiatan yang diperlukan oleh calon kandidat terpilih (politisi), relawan, donor, aktivis, serta pendukungnya. Jika kampanye politik dilakukan untuk membangun aliansi antara kelompok-kelompok dengan minat dan tujuan yang sama, maka komunikasi diperlukan untuk membangun dan memelihara hubungan untuk menjangkau dan membantu meyakinkan publik untuk secara aktif mendukung kampanye politik seseorang (Strömbäck & Kioussis, 2014). Pengaruh media sosial dalam dunia politik khususnya dalam hal komunikasi politik, terutama dalam kampanye Pemilu (Chavez, 2012; Riaz, 2010; Stietglitz & Dang-Xuan, 2012). Penting bagi institusi politik untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik yang berbasis media sosial, terutama dalam kampanye Pemilu. Media sosial selanjutnya menggambarkan sebagai sarana ideal dan basis informasi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik selain untuk membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye. Media sosial menciptakan ruang dialog antara politisi dengan publik serta menarik minat pemilih pemula atau pemilih muda membuat media sosial semakin penting bagi politisi.

### **Media Sosial Sebagai Strategi Berkampanye**

Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat kini mulai menembus komunikasi antara individu dengan institusi, hal ini membuat partai politik mulai melihat media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi dengan konstituennya termasuk untuk mempromosikan produk mereka bahkan menjelang namanya pemilu legislatif ataupun pemilihan presiden, partai politik mulai mengencar membuat akun untuk melakukan kampanye terhadap partai dan caleg mereka di mana kekuatan media sosial mempengaruhi masyarakat yang berdasarkan secara eksklusif pada aspek sosialnya ini berinteraksi dan berpartisipasi dalam voting warga. Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi, sehingga selebaran (Venus, 2004).

Dengan berkembangnya teknologi internet dan banyak penduduk di Indonesia menggunakan internet serta mempunyai media sosial seperti facebook, twitter, blog dan

youtube, hal ini menjadi jelas bahwa alat online memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan pengaturan agenda politik (Woolley, Limperos and Oliver, 2010 ). Politisi warga dan wartawan semakin mengadopsi media sosial baru seperti twitter , facebook dan youtube untuk mendukung tujuan-tujuan politik mereka, baik itu untuk terlibat dengan para pemangku kepentingan lainnya atau berkontribusi terhadap perdebatan rasional –kritis (Habermas, 2006).Menguasai komunikasi publik adalah salah satu kunci untuk memenangkan kompetisi di dunia politik, dan saat ini salah satu chanel yang efektif adalah media sosial.Gerakan atau kegiatan politik dengan memanfaatkan media sosial juga kini banyak di gunakan oleh para politisi di Indonesia, seperti pada saat pilkada di Jakarta beberapa tahun lalu yang akhirnya dimenangkan oleh Jokowi dan Ahok kemenangan tersebut juga di tunjang dengan handalnya kampanye di media sosial.

### **Media Sosial Sebagai Gerakan Reklamasi di Bali**

Gerakan Bali Tolak Reklamasi awalnya diinisiasi oleh WALHI Bali untuk membatalkan rencana reklamasi seluas 838 hektar di Teluk Benoa. Bersama sejumlah komunitas yang peduli pada alam dan budaya Bali, WALHI membentuk Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (for Bali) yang fokus menyuarakan penolakan pada isu reklamasi Teluk Benoa. Gerakan ini awalnya diikuti oleh belasan orang melalui aksi protes kepada DPRD Bali dan Gubernur Bali, namun tidak mendapat tanggapan. Kemudian, gerakan ini semakin terdengar setelah memanfaatkan media sosial Facebook dan Twitter pada Agustus 2013. Pada tanggal 17 Juni 2014, aktivitas media sosial yang awalnya dilakukan oleh Gerakan Bali Tolak Reklamasi berubah menjadi aksi nyata dengan massa dalam jumlah besar. Aksi ini berupa long-march damai dari lapangan parkir Timur Renon menuju depan Kantor Gubernur Bali. Demonstrasi ini berhasil mengumpulkan ribuan massa. Tidak lama setelah itu, aksi kembali dilakukan pada tanggal 27 Juni 2014 dalam bentuk parade budaya yang mempertunjukkan aksi teater, lagu, puisi, atau tarian. Hingga tahun 2015, aksi nyata masih konsisten dilakukan setiap bulan. Gerakan Bali Tolak Reklamasi ini penting untuk dikaji karena penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan mampu meneruskan tuntutan nya melalui gerakan nyata. Media sosial yang diteliti dalam penelitian ini adalah jejaring sosial facebook, instagram, twitter, serta media berbasis isi youtube. Aktivitas media sosial dianggap sebagai strategi gerakan, yang dapat memengaruhi bentuk gerakan nyata, penggunaan media sosial sengaja ditetapkan sebagai salah satu bentuk alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan gerakan. Media sosial terbukti mampu memengaruhi gerakan nyata melalui tiga cara, yaitu pembagian definisi masalah sebagai dasar pembentukan identitas kolektif, mampu memobilisasi anggota,

dan memperluas jaringan dengan menghubungkan sejumlah organisasi yang berbeda. Selain itu, media sosial juga bermanfaat dalam aktivitas politik dengan cara menghancurkan monopoli negara terhadap produksi pengetahuan dan arus informasi, namun tetap diperlukan teknologi konvensional untuk menyebarkan informasi dari media sosial.

### **Tantangan media sosial menjadi strategi politik**

Media sosial menjadi strategi politik yang memiliki peluang dan tantangan yang perlu dihadapi, contohnya penyebaran hoaks. Media sosial telah mengaburkan pemahaman orang, apakah yang

dikatakan tersebut merupakan sikap resmi atau hanya ungkapan pemikiran atau perasaan dia sebagai pribadi. Sikap resmi atau institutional rhetoric dan ungkapan pribadi atau everyday talk sering tumpang tindih (Finet, 2001: 274-276). Seseorang akan salah persepsi apakah curhat yang dilakukan oleh aktor politik di media sosial merupakan ungkapan dirinya sebagai pribadi atau mewakili institusinya. Menurut Silverman, hoaks diciptakan untuk menarik harapan dan ketakutan masyarakat yang tidak dibatasi oleh kenyataan yang sesungguhnya padahal pernyataan harus dibatasi mana saja berita yang layak atau tidak layak dibagikan dalam domain publik. Temuan Silverman juga menunjukkan bahwa semakin banyak rumor menyebar semakin masuk akal dan dapat mengubah pemikiran dan opini publik, apalagi jika hoaks itu ditunjukkan pada pihak-pihak yang akan ikut serta dalam pertarungan pemilu, seperti pertarungan para partai politik baru dalam Pemilu tahun 2024 yang akan datang. Hoaks sebagai salah satu permasalahan dalam etika berkomunikasi karena merusak citra seseorang maupun lawan, berita hoaks tidak hanya dapat merugikan objek hoaks, tetapi juga menyerang dan menghancurkan tatanan moral masyarakat, bahkan bisa menjadi mesin pembunuh karakter seseorang. Media sosial lebih murah, efektif dan efisien dalam proses komunikasi politik sedangkan media tradisional cenderung dikelola sebagai sebuah institusi besar dan dilengkapi dengan struktur organisasi yang mempunyai hierarki serta kewenangan yang sangat jelas, Media sosial sebagai alat kampanye memiliki beberapa tantangan yaitu kelangkaan akses di mana tidak semua individu memiliki akses yang sama terhadap media sosial sehingga mungkin ada ketidakpastian dalam sistem informasi politik yang membuat masyarakat kebingungan, hambatannya juga berupa transparansi iklim politik platform media sosial yang menjadi perhatian karena beberapa kali atau aktivis politik mungkin tidak melaporkan laporan dana kampanye kepada organisme pemilihan umum, serta regulasi pelaporan dana kampanye yang mengatur pelaporan ragam pelapor di ruang digital menjadi tantangan yang perlu diperhatikan.

Media sosial digunakan sebagai strategi untuk mempublikasikan target massa gerakan, meminta dan mendorong dukungan, berkoordinasi, menyebarkan informasi, mengumpulkan dana, serta mempromosikan berbagai tujuan, baik individu maupun kolektif. Media sosial memungkinkan gerakan seperti Gerakan Bali Tolak Reklamasi untuk mencapai audiens yang lebih luas, menggalang respon tindakan secara cepat, dan memobilisasi massa, dengan kemampuannya yang luas dan akses yang mudah, media sosial menjadi alat yang efektif dalam memperkuat gerakan sosial dan politik untuk mencapai keberhasilan media sosial sebagai strategi gerakan reklamasi di balik tidak lepas dari karakter kunci media sosial yang pertama karakter bentuk, media sosial harus mampu memobilisasi dukungan di lingkungan secara tepat sesuai karakter dan fungsi utamanya sehingga orang dapat menerimanya dan menyebarkan informasinya. Karakter kedua adalah konten yang harus mampu membangkitkan kemarahan netizen yang mempengaruhi kelompok masyarakat yang akan tumbuh lebih besar dan cepat di ruang publik virtual di mana kerumunan virtual yang tidak layak adalah individu pembentuk kelompok masyarakat nyatanya ikut menagih pertanggungjawaban pemerintahan dan pergerakan Bali tolak reklamasi sosial harus mampu membongkar kesewenang-wenangan pemerintah dalam tata kelola bisnis pariwisata di Bali yang berujung pada kerusakan serta pemikiran masyarakat lokal dari tanahnya sendiri sehingga perhatian publik massif terhadap isu mampu menjadi ancaman bagi sistem pemerintah sehingga pemerintah dapat bergerak untuk mempertanggungjawabkannya. Karakter ketiga masyarakat harus melakukan kuasa penuh dalam menimbang dan menilai informasi yang memiliki rasa solidaritas dan inovatif yang terbangun ketika melihat suatu konflik terjadi di wilayah lain, sikap ini juga harus disebarkan secara sadar melalui media sosial sehingga pengguna lain yang mengakses konten tersebut mulai berpikir bahwa saya tidak sendiri untuk bergerak dengan gerakan Bali tolak reklamasi.

### **Solusi Menghadapi Hambatan Media Sosial Menjadi Strategi Politik**

Meningkatkan literasi digital masyarakat dan mengedukasi mereka untuk menjadi pengguna yang cerdas dan kritis dalam menggunakan media sosial. Selain itu, partai politik dan aktor politik juga perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi politik. Literasi digital memiliki manfaat dalam membangun karakter masyarakat, seperti meningkatkan wawasan dan kemampuan kritis individu dalam memahami teknologi informasi, menambah penguasaan kosakata, meningkatkan kemampuan verbal, serta meningkatkan daya fokus dan konsentrasi individu terhadap penggunaan media digital. Literasi digital juga dapat digunakan sebagai strategi

politik untuk mempublikasikan target massa gerakan, meminta dan mendorong dukungan, berkoordinasi, menyebarkan informasi, mengumpulkan dana, serta mempromosikan berbagai tujuan, baik individu maupun kolektif.

Dalam era modern, media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat penting dalam politik. Beberapa strategi dan metode pendidikan politik yang efektif dalam mencegah penyebaran hoax pada Pemilu antara lain adalah meningkatkan literasi informasi dan media, mendorong partisipasi politik yang aktif, melibatkan media sosial dan platform digital, menyediakan akses mudah ke informasi politik yang benar dan dapat dipercaya, menjalin kemitraan dengan lembaga-lembaga terkait, meningkatkan literasi digital, penguatan peran media massa, kolaborasi antar pihak terkait, edukasi politik partisipatif, dan keterlibatan tokoh masyarakat. Media sosial juga memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi yang benar dan mengkritisi berita yang tidak jelas kebenarannya. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sumber informasi yang mudah dan cepat didapatkan, namun juga dapat menyebarluaskan informasi negatif dan hoax, oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik harus dielola dengan baik dan bijaksana.

Melakukan strategi untuk mempublikasikan target massa gerakan, meminta dan mendorong dukungan, berkoordinasi, menyebarkan informasi, mengumpulkan dana, serta mempromosikan berbagai tujuan, baik individu maupun kolektif. Media sosial memungkinkan gerakan seperti Gerakan Bali Tolak Reklamasi untuk mencapai audiens yang lebih luas, menggalang respon tindakan secara cepat, dan memobilisasi massa, dengan kemampuannya yang luas dan akses yang mudah, media sosial menjadi alat yang efektif dalam memperkuat gerakan sosial dan politik untuk mencapai keberhasilan media sosial sebagai strategi gerakan reklamasi di balik tidak lepas dari karakter kunci media sosial yang pertama karakter bentuk, media sosial harus mampu memobilisasi dukungan di lingkungan secara tepat sesuai karakter dan fungsi utamanya sehingga orang dapat menerimanya dan menyebarluaskan informasinya. Karakter kedua adalah konten yang harus mampu membangkitkan kemarahan netizen yang mempengaruhi kelompok masyarakat saya akan tumbuh lebih besar dan cepat di ruang publik virtual di mana kerumunan virtual yang tidak layak adalah individu pembentuk kelompok masyarakat nyatanya ikut menagih pertanggungjawaban pemerintahan dan pergerakan Bali tolak reklamasi sosial harus mampu membongkar kesewenang-wenangan pemerintah dalam tata kelola bisnis pariwisata di Bali yang berujung pada kerusakan serta pemikiran masyarakat lokal dari tanahnya sendiri sehingga perhatian publik masif terhadap isu mampu menjadi ancaman bagi sistem

pemerintah sehingga pemerintah dapat bergerak untuk mempertanggungjawabkannya. Karakter ketiga masyarakat harus melakukan kuasa penuh dalam menimbang dan menilai informasi yang memiliki rasa solidaritas dan inovatif yang terbangun ketika melihat suatu konflik terjadi di wilayah lain, sikap ini juga harus disebarakan secara sadar melalui media sosial sehingga pengguna lain yang mengakses konten tersebut mulai berpikir bahwa saya tidak sendiri untuk bergerak dengan gerakan Bali tolak reklamasi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Perkembangan teknologi komunikasi pada era digital telah mengubah peran media konvensional, terutama dengan hadirnya media baru atau media digital. Media baru memungkinkan penggunaan teks, suara, gambar, dan video dengan menggunakan teknologi komputer yang berbeda dari media konvensional. Media baru memiliki dampak besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, merubah pola kehidupan dalam aspek budaya, berpikir, dan berkomunikasi. Internet menjadi penyokong utama kelahiran media baru dan berdampak pada terciptanya bentuk baru interaksi sosial dan kegiatan komunikasi manusia. Media sosial, sebagai bagian dari media baru, memegang peranan penting di hampir segala lini masyarakat, mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat. Media sosial juga memungkinkan partisipasi politik yang aktif, memperkuat gerakan sosial dan politik, serta memfasilitasi strategi nalar dan refleksi dalam mobilisasi dukungan. Media sosial telah menjadi strategi politik yang efektif dalam berbagai konteks, termasuk dalam media sosial menjadi komunikasi politik, media sosial menjadi alat kampanye pemilu, dan gerakan Bali tolak reklamasi. Media sosial memiliki kemampuan untuk mendorong mobilisasi massa, menggalang respon tindakan secara cepat, dan memobilisasi dukungan. Selain itu, media sosial juga memungkinkan partisipasi politik yang aktif, memperkuat gerakan sosial dan politik, serta memfasilitasi strategi nalar dan refleksi dalam mobilisasi dukungan. Dengan demikian, media sosial telah membuktikan peran pentingnya dalam konteks politik modern, baik dalam hal kampanye politik maupun dalam memobilisasi dukungan dan menyebarkan informasi politik.

## DAFTAR REFERENSI

- Anshari, Faridhian. "Komunikasi Politik Di Era Media Sosial Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta." *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (2013): 91–101. <http://dosen.univpencasila.ac.id/dosenfile/7014211002154994371612February2019.pdf>.
- Ardha, Berliani. "Ardha: Social Media Sebagai Media Kampanye Partai SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA." *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 01 (2014): 105–20. <http://oreilly.com/web2/archive/>.
- Budiyono, Mr. "Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017." *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2016): 47–62. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art4>.
- Isabella, Isabella, Atrika Iriyani, and Delfiazi Puji Lestari. "Literasi Digital Sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 8, no. 3 (2023): 167–72. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i3.3236>.
- Kade Galuh, I Gusti Agung Ayu. "Media Sosial Sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 13, no. 1 (2016): 73–92. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.602>.
- Meifilina, Andiwi. "Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar Dalam Melakukan Pendidikan Politik" 3, no. 2 (2021): 101–10.