

# Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perubahan Budaya Politik

Prasojo<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; Jl. Perjuangan 081, Marga Mulya, Bekasi Utara; 02188955882/ +622188955871; e-mail: prasojo@dsn.ubharajaya.ac.id

\* Korespondensi: e-mail: prasojo@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: 10/05/2021; Revised: 17/05/2021; Accepted: 21/05/2021; Published: 27/05/2021

---

## Abstract

*This study discusses the changes in political culture caused by the use of social media. The problems captured in this study consist of three dimensions, namely the orientation dimension of the political system, inputs and outputs. The urgency of this study is to show that the use of social media exerts an influence on a passive political culture to be active and participatory. The findings of this study show that political participation becomes the key word for seeing the differences in political culture when it is already influenced by social media. Social media has become a platform where the public can express their concerns, organize themselves and become more active in discussions that are important to them. Online political participation and activism have had a major impact on political policy making.*

**Keywords:** Political Culture, Social Media, Political Participation

## Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai perubahan budaya politik yang disebabkan oleh penggunaan sosial media. Permasalahan yang di potret pada penelitian ini terdiri dari tiga dimensi, yaitu dimensi orientasi terhadap sistem politik, input dan output. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa penggunaan sosial media memberikan pengaruh terhadap budaya politik yang pasif menjadi aktif dan partisipatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi politik menjadi kata kunci untuk melihat perbedaan budaya politik ketika sudah dipengaruhi oleh sosial media. Media sosial telah menjadi *platform* dimana publik dapat mengungkapkan keprihatinan mereka, mengatur diri mereka sendiri dan menjadi lebih aktif dalam diskusi yang penting bagi mereka. Partisipasi dan aktivisme politik secara daring telah memberikan dampak besar kepada pembuatan kebijakan politik.

**Kata kunci:** Budaya Politik, Sosial Media, Partisipasi Politik

## 1. Pendahuluan

Penelitian akan membahas perihal perubahan tiga dimensi, yaitu dimensi orientasi terhadap sistem politik, input dan output dari budaya politik yang dipengaruhi oleh penggunaan sosial media. Keberadaan sosial media berefek terhadap budaya politik karena ia mendorong bentuk saluran interaksi politik yang berbeda dengan politik formal. Jejaring yang dimiliki oleh sosial media dipercaya memiliki potensi untuk menata ulang bentuk hubungan kuasa di dalam komunikasi dengan menonjolkan inovasi berbasis pengguna (Loader & Mercea, 2011).

Budaya politik identik dengan bentuk ekspresi dan partisipasi yang bersifat formal, sehingga dengan perubahan era kontemporer berbasis teknologi informasi membuat

budaya politik tidak bergerak pada politik tingkat makro, namun juga turun hingga tingkat politik mikro. Tidak bisa dipungkiri bahwa sosial media telah mentransformasikan cara kita melakukan komunikasi, mendapatkan akses dan berhubungan dengan informasi (Marija, 2019).

Budaya politik muncul dan dipahami sebagai pengembangan teori ilmu politik. Kemunculan teori budaya politik adalah jawaban untuk kebutuhan menjembatani pendekatan *behavioral* agar lebih operasional hingga menyentuh analisa individual. (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965) Norma umum ilmu politik yang digawangi oleh *behavioralisme*, memfokuskan objek kajiannya pada proses politik. Proses politik dalam pendekatan *behavioralisme* didefinisikan sebagai upaya-upaya dalam melakukan perumusan, perancangan dan pemutusan sebuah kebijakan politik (Willner, 2011).

Budaya politik oleh kalangan *behavioralisme* di kerucutkan kepada aktifitas yang terjadi diantara elit politik dan hubungan elit kepada konstituen. *Behavioralisme* memusatkan budaya politik kepada organisasi yang menjadi representasi individual, seperti partai politik, parlemen, kementerian, kantor staff kepresidenan dan seterusnya. Hal ini menjadikan pilar kerangka budaya politik dalam perspektif *behavioralisme* berpusat kepada aktifitas diantar para elit politik secara horisontal dan aktifitas elit politik dengan konstituennya secara vertikal.

Budaya politik diilustrasikan sebagai jalinan hubungan antara konstituen (individu dan masyarakat) dengan elit politik. Elit politik yang dimaksud disini tidak terbatas kepada sosok personal politisi semata, namun elit politik dipahami sebagai bagian yang tidak terpisah dari sistem dengan segala perangkat sistemik yang dimilikinya untuk dapat melakukan perumusan, perancangan dan pemutusan sebuah kebijakan politik.

Jalinan hubungan antara konstituen dengan elit berserta sistemnya memunculkan orientasi politik. Orientasi antara konstituen terhadap elit berserta sistemnya membentuk relasi subjek dan objek searah. Orientasi subjek (dalam hal ini konstituen) akan mengarah kepada proses-proses politik yang terjadi didalam sistem dalam melakukan perumusan, perancangan dan pemutusan kebijakan politik. Orientasi politik mengarah kepada sistem politik karena segala kegiatan perumusan, perancangan dan pemutusan kebijakan politik adalah inti dari berjalannya sistem politik. Untuk penjelasan lebih lanjut terhadap orientasi sistem politik, maka orientasi subjek terhadap objek akan dibagi menjadi empat dimensi, yaitu; dimensi objek umum, dimensi objek input dan dimensi objek output (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965).

Dimensi objek umum yang dimaksud adalah sistem politik dengan ruang lingkup yang umum dan menyeluruh. Ruang lingkup yang maksud termasuk juga kepada peran yang melekat kepada lembaga eksekutif, legislatif dan birokrasi politik. Pada dimensi pertama ini orientasi yang terbangun diantara objek dan subjek bersifat satu arah, dimana masyarakat berusaha untuk mendekatkan diri kepada sistem politik yang ada. Disisi lain, sistem politik tetap akan berjalan seperti biasa terlepas dari seberapa dekat maupun kuat keinginan dari publik untuk mendekatkan diri.

Dimensi kedua adalah orientasi terhadap *input*. Orientasi terhadap input ditunjukkan melalui tuntutan masyarakat terhadap proses pembuatan kebijakan. Tuntutan yang dilayangkan

oleh masyarakat menjadi masukan untuk proses sistem politik. Tuntutan publik disalurkan melalui koridor aspirasi yang bersifat formal. Koridor tersebut menjadi infrastruktur politik pada negara modern. Infrastruktur ini bisa bersifat demokratis maupun tidak, sehingga tidak ada format tunggal yang ideal bagi bentuk-bentuk tuntutan aspirasi publik terhadap sistem politik.

Dimensi ketiga adalah objek *output*. Output merupakan luaran kebijakan yang dihasilkan oleh elit politik. Orientasi terhadap objek output akan diberikan publik dalam bentuk dukungan atau kritik. Orientasi terhadap output menjadikan publik akan menaruh perhatian kepada setiap kebijakan politik yang dikeluarkan. Sekiranya kebijakan tersebut tidak sesuai dengan keinginan dan kepentingan konstituen, maka akan memunculkan protes dan penolakan terhadap kebijakan tersebut. Apabila kebijakan yang dikeluarkan sejalan terhadap keinginan dan kepentingan publik, maka akan muncul dukungan dan kepatuhan terhadap kebijakan yang dikeluarkan.

Keberadaan media sosial memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan budaya politik. Media sosial mendorong munculnya keragaman partisipasi politik dan mampu memobilisasi aksi sosial dalam skala besar, dan hal ini sudah pernah di contohkan pada beberapa kasus di dunia seperti Arab Spring. (Chan, Chen, & Lee, 2017) Media sosial seperti Twitter dan Facebook memiliki fitur berkemampuan untuk jejaring kolaborasi manusia secara kognitif, afektif dan perilaku. (Sandoval-Almazan & Ramon Gil-Garcia, 2014)

Sosial media memiliki kegunaan dan kelebihan yang sangat penting untuk melakukan pengumpulan dan persebaran informasi, melakukan pengorganisasian masa dan mobilisasi. Sosial media dapat memenuhi kebutuhan manusia terkait informasi dan tentunya kemampuan memobilisasi informasi tersebut sehingga manusia bisa berkomentar dan membangun opini terhadap berita tersebut.

Pada derajat tertentu, media sosial justru memungkinkan bagi para penggunanya untuk terlibat dalam aktifitas publik, seperti demonstrasi atau kampanye. (Shmargad & Klar, 2019) Konten dari sebuah sosial media sangat mudah sekali untuk menyebarluas dalam tempo waktu yang singkat hingga dapat menyebabkan efek yang signifikan kepada pembacanya. Penyebaran konten informasi dari sosial media tidak terlalu membutuhkan waktu, uang dan usaha fisik yang berlebihan sehingga cukup melakukan aktifitas komunikasi secara daring.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk proses pengumpulan sekaligus interpretasi data. Metode kualitatif digunakan untuk melakukan *theoretical sampling*, yaitu pengumpulan data berdasarkan kedekatan dan kesamaan penggunaan teori dari penelitian-penelitian sebelumnya. (Moser & Korstjens, 2018). Penggunaan *theoretical sampling* adalah untuk menelusuri dan mentabulasikan kecenderungan kedekatan teoritik antara budaya politik dan sosial media. Dari kecenderungan kedekatan teoritik diantara budaya politik dan media sosial akan ditarik kesimpulan perihal perubahan dimensi budaya politik yang disebabkan oleh penggunaan media sosial.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada permulaannya, budaya politik diformulasikan sebagai kehususan pola yang menunjukkan orientasi politik menuju aksi politik. (Chilton, 1988) Formulasi tersebut direvisi oleh Almond (1963) dengan membuat definisi yang lebih berfokus kepada tingkat individual yaitu: distribusi pola orientasi individual. (Chilton, 1988).

Untuk mendalami pola orientasi antara subjek (yaitu publik dan konstituen) terhadap objek dalam budaya politik, maka perlu dibedah lagi terkait operasionalisasi atas ketiga dimensi tersebut mulai dari orientasi terhadap sistem politik, input dan output. Bagian pertama akan mengoperasionalkan orientasi subjek terhadap objek terkait dimensi sistem politik dengan meminjam operasionalisasi yang dilakukan oleh Chilton. (Chilton, 1988)

#### 3.1. Dimensi Orientasi Terhadap Sistem Politik

Pertama, adalah orientasi terhadap sistem yang bersifat *supramembership*. Budaya politik dipahami sebagai bentuk keanggotaan individual yang bersifat agregat, sehingga budaya politik tidak bersifat mengunggulkan populasi dan menjadi gambaran umum yang menyeluruh terkait orientasi dari sebuah populasi. Oleh karena itu budaya politik diartikan sebagai *supramembership* karena sifat agregatnya terhadap individu tertentu dibanding individu yang lainnya. Walaupun sistem politik berlaku terhadap seluruh populasi, akan tetapi berdasarkan penjelasan *supramembership* maka tidak semua masyarakat memiliki ketertarikan terhadap orientasi sistemik secara menyeluruh, hanya golongan tertentu.

Kedua, *sharedness*. Makna budaya adalah peresapan nilai secara bersama oleh masyarakat. Dengan diresapnya kebudayaan secara kolektif, maka budaya memiliki posisi, fungsi dan membentuk keunikan tersendiri didalam masyarakat. Begitupun dengan budaya politik, ia tidak sekedar bersifat instrumen namun juga diresapi oleh masyarakat. Hal ini yang membentuk ekspresi budaya politik masyarakat berbeda ditiap lokasi. Semakin kental menyatunya budaya politik dalam masyarakat, maka derajat fanatisme terhadap sistem politik pun tidak sama.

Ketiga, *inequality*. Masyarakat memiliki derajat penerimaan dan aktualisasi budaya politik yang berbeda. Biasanya budaya politik dipengaruhi oleh bobot pemikiran politik individual dan komunal yang dicurahkan terhadap sistem politik. Ketidaksamarataan menjadikan budaya politik akan terlihat menonjol pada beberapa individu atau kelompok masyarakat tertentu sedangkan pada individu yang lain akan terlihat biasa saja atau bahkan bersifat abai.

Keempat, *behavioral*. Pada kondisi masyarakat tertentu, budaya politik telah menjelma menjadi sebuah perilaku yang muncul secara umum di masyarakat. Perilaku ini menunjukkan orientasi individual maupun komunal dari populasi tersebut terhadap sistem politik yang berlaku. Tataran perilaku menjadi ciri umum yang mudah teridentifikasi dalam amatan mata, namun lebih dari pada itu ada juga kondisi *post-behavioral* yang turut serta muncul. *Post-behavioral* menjadikan bentukan budaya politik berdasarkan kepada pemaknaan terhadap nilai budaya politik yang bersifat afektif. Hal ini hanya bisa ditelaah melalui pendekatan sosiologis seperti '*thick description*' dimana hasil amatan secara mendalam akan menuntun kepada pemahaman

konteks masyarakat yang menjadi latar belakang orientasi individual dan komunal terhadap sistem politik.

Kelima, *unrestricted applicability*. Penggunaan kata 'budaya' dalam budaya politik sebenarnya untuk menunjukkan kelenturan dan tidak terbatasnya praktik politik di masyarakat. Maknanya akan berbeda jika 'budaya'-politik' diganti dengan 'politik'-militer', maka dengan demikian secara otomatis akan terlihat keterbatasan dan kesempitan tindakan serta penerapannya dalam masyarakat. Dengan demikian, kita akan menemukan ragam ekspresi dalam orientasi budaya politik terhadap sistem.

Keenam, *non-reductionism*. Budaya politik harus bisa menerima perhatian penuh kepada segala bentuk aspek yang unik dari pendekatan politik. Keluasan dan keleluasaan akan menjadikan budaya politik tidak bersifat mengecilkan dan mengerdilkan segala macam bentuk praktik aktualisasi kebudayaan berpolitik dalam kepentingan untuk berkontribusi terhadap sistem politik.

Ketujuh, *comparability* dan *objective testability*. Orientasi individual dan komunal terhadap sistem politik, bisa untuk dibandingkan. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi politik yang satu dengan yang lain memiliki dimensi yang bisa diperbandingkan secara objektif, misalnya dalam membandingkan antara bentuk apresiasi dan koreksi terhadap sistem politik. Dalam mengaktualisasikan budaya politik, perlu dikaji apakah tiap-tiap orientasi terhadap sistem politik memiliki standar tertentu atau justru tidak merepresentasikan makna yang khusus.

### **3.2. Dimensi Orientasi Terhadap *Input* dan *Output* Politik**

Dalam hal orientasi terhadap proses *input* dan *output* politik maka bisa dioperasionalkan menjadi beberapa bentuk orientasi. Meminjam konseptualisasi tangga partisipasi publik (*A Ladder of Citizen Participation*) yang disusun oleh Sherry R. Arnstein (Arnstein, 1969), secara umum, terdapat tiga tingkatan hubungan subjek dan objek.

Tingkat pertama adalah ketika hubungan subjek dan objek masih dalam bentuk *nonparticipation*, dimana posisi subjek masih pasif dengan kecenderungan hanya menerima keputusan politik. Selanjutnya adalah bentuk *degrees of tokenism*, dimana hubungan antara subjek dan objek sudah terbangun saling kepercayaan dan terbuka kemungkinan untuk memberikan dukungan dan kritik secara terbuka maupun langsung. Lalu yang tertinggi adalah *degrees of citizen power*, dimana input politik dari subjek tidak bisa lagi diabaikan sekaligus output kebijakan politik harus sesuai dengan kepentingan masyarakat. Lebih detail mengenai tiga tingkatan tersebut akan diuraikan dibawah ini.

### **3.3. Tingkat Nonparticipation**

Pertama, manipulasi. Manipulasi terjadi pada masyarakat ketika mereka ditempatkan dalam posisi yang harus 'dididik' sehingga direkayasa untuk mau terlibat memberikan dukungan politik. Dalam penjelasan ini, terkadang 'partisipasi masyarakat' terlihat seperti sebuah hasil yang alami, namun sebenarnya partisipasi adalah se bentuk rekayasa sosial melalui agenda manipulatif melalui tindakan-tindakan 'pengumpulan informasi', 'hubungan masyarakat' dan

'dukungan'. Manipulasi menjadi tingkatan awal dari format keterlibatan publik dalam politik melalui serangkaian upaya rekayasa agar partisipasi terlihat alami.

Kedua, terapi. Partisipasi politik masyarakat sebenarnya lebih merupakan tindakan untuk pemenuhan kebutuhan individual, dibanding sebagai upaya kolektif untuk menyelesaikan permasalahan bersama. Hal ini dicontohkan dengan praktek terapi kesehatan, dimana tiap individu yang pergi melakukan terapi sebenarnya bertujuan untuk menyembuhkan penyakitnya, bukan pergi untuk terlibat dalam sebuah gerakan massal untuk menghentikan atau menghilangkan penyebab terjadinya penyakit tersebut.

#### **3.4. Tingkat Degrees of Tokenism**

Pertama, informing. Memberikan informasi kepada masyarakat perihal hak dan kewajibannya adalah langkah awal sebelum masuk kedalam partisipasi warga sipil. Akan tetapi sering sekali kanal informasi hanya bersifat satu arah, tanpa membuka kesempatan komunikasi dua arah sehingga partisipasi masyarakat telah diarahkan berdasarkan kanal informasi yang tersedia.

Kedua, consultation. Masyarakat kerap menjadi abstraksi statistik semata ketika terlibat dalam partisipasi politik. Dimensi partisipasi politik pun dibatasi hanya kepada aktifitas seperti kehadiran dalam sosialisasi, menjawab kuesioner survey kepuasan politik, maupun pemungutan suara pada saat pemilu. Semua kegiatan tersebut sudah cukup untuk menjadikan masyarakat terlibat aktif dalam budaya politik. Masyarakat sendiri beraktifitas berdasarkan fungsi sosial dan politiknya, sehingga diperlukan mekanisme konsultasi yang bisa mengaktifasi masyarakat untuk tidak sekedar bersifat pasif dalam budaya politik.

Ketiga, placation. Placation adalah kondisi dimana masyarakat telah memiliki derajat posisi yang berpengaruh dan mempengaruhi budaya politik. Masyarakat telah mampu mengartikulasikan prioritas kepentingannya dan mengorganisir diri untuk menekan kepentingannya kepada para pemegang kekuasaan untuk diwujudkan.

#### **3.5. Tingkat Degrees of Citizen Power**

Pertama, partnership. Pada tahap partnership, masyarakat dan powerholders telah bersepakat dan bernegosiasi untuk melakukan redistribusi kekuasaan. Mereka bersepakat untuk melakukan perencanaan dan tanggung jawab pengambilan keputusan melalui struktur seperti dewan kebijakan bersama atau panitia perencanaan bersama.

Kedua, delegated. Negosiasi yang berhasil antara masyarakat dengan para pemegang kekuasaan akan membawa kepada kesepakatan untuk membuat mekanisme kesepakatan bersama terhadap sebuah program maupun rencana.

Ketiga, citizen control. Masyarakat membutuhkan derajat otonomi yang menjamin keterlibatan dan aktifitas terhadap proses politik, baik secara individu, kelompok maupun terinstitusikan. Derajat keterlibatan bisa berkisar pada keterlibatan aspek kebijakan, manajerial dan kesempatan untuk melakukan negosiasi.

### **3.6. Kontribusi Sosial Media Terhadap Dimensi Budaya Politik**

Satu bagian yang tidak terpisahkan dari budaya politik adalah norma yang mencakup nilai representasi individual terhadap otoritas demokratik (Silva, Clark, & Viera, 2015). Budaya politik juga meliputi norma yang mencakup nilai dan representasi individual tentang hubungan mereka dengan otoritas demokrasi. Hal tersebut diperkuat oleh keyakinan bahwa demokrasi membutuhkan nilai, kepercayaan dan sikap khusus terhadap objek politiknya (Marijan, 1999).

Tidak ada yang bisa mengelak dari realitas bahwa perkembangan sosial media memunculkan keniscayaan baru dalam ranah politik, yaitu perubahan budaya politik. Pengaruh dari perkembangan pesat jejaring sosial membuat media sosial yang awalnya hanya menjadi cara untuk orang berkomunikasi dan terhubung satu sama lain, namun hari ini telah mempengaruhi budaya politik.

Hari ini, penting untuk menunjukkan bahwa orang tidak hanya membaca berita dan menerima informasi semata melalui sosial media. Publik terlibat untuk menyebarkan berita kepada khalayak, melakukan posting dan mengomentari berita bahkan dapat berinteraksi dan terlibat langsung dengan politisi (Bauchowitz, 2016).

Akibat dari tekanan di media sosial, membuat terjadinya perubahan kebijakan. Media sosial juga dapat memantik atau melakukan koordinasi untuk dimulainya sebuah gerakan politik. Selain itu dengan sosial media, bermunculan individu maupun komunitas yang vokal dalam isu sosial dan politik. Selain implikasi positif, di beberapa negara justru keberadaan sosial media membawa implikasi negatif, dengan dilakukannya sensor, blokir atau sampai melarang masuknya beberapa sosial media sehingga tidak bisa diakses (Kahne & Bowyer, 2018).

Akibat aktifitas yang dilakukan di sosial media, menyebabkan banyak individu yang menjadi lebih vokal terhadap isu tertentu. Jelas hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran signifikan dalam partisipasi politik. Partisipasi politik merupakan hal yang melekat dalam budaya politik. Saat ini publik telah sadar bahwa suara mereka harus di dengar dan ditindaklanjuti secara serius (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965).

Untuk menegaskan kontribusi sosial media terhadap budaya politik, kita akan meminjam tiga bentuk orientasi politik, yang menjadi dasar bagi partisipasi politik. Pertama adalah orientasi berdasarkan kognitif. Orientasi kognitif merupakan keyakinan tentang sistem politik yaitu peranan input dan output dari sebuah sistem. Kedua adalah orientasi afektif yaitu perasaan perihal sistem politik terkait dengan peran, personil dan performa. Ketiga adalah orientasi evaluatif yaitu penilaian dan opini tentang objek politik yang biasanya melibatkan kombinasi dari standar nilai dan kriteria dengan informasi dan perasaan (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965).

Akibat dari orientasi tersebut menjadikan bentukan budaya politik tampil dalam format budaya politik parokial, budaya politik subjek dan budaya politik partisipatif (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965). Budaya politik parokial merujuk kepada individu yang tidak memiliki orientasi terhadap objek politik. Sedangkan budaya politik subjek adalah budaya politik dimana individu memiliki orientasi yang pasif terhadap objek politik dan meyakini dirinya hanya memiliki

pengaruh minimum terhadap proses politik. Budaya politik partisipatif adalah bentuk budaya politik dimana subjek secara positif dan aktif merespon terhadap objek politik.

Sosial media menjadikan orientasi kognitif masyarakat dalam budaya politik menjadi lebih kritis dan kreatif. Sosial media menciptakan tren di mana penggunanya aktif membaca dan mencerna berita. Para penggunanya pun akan menggunakan bagian komentar untuk bersuara menyampaikan pendapat, apakah tentang isu politik maupun isu tertentu. Media sosial dibuat sedemikian rupa agar publik dapat mencerna informasi sekaligus turut berpartisipasi untuk menjadikan informasi tersebut menjadi sebuah konten. Artinya, pengguna sosial media dapat berbagi berita dan menambahkan komentar serta analisis mereka sendiri perihal isu yang sedang trending.

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Saat ini ketika banyak warga menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, maka para jurnalis dan politisi memanfaatkan situasi tersebut dengan memotong jalur komunikasi lebih singkat antara dirinya kepada publik. Situasi ini memunculkan gagasan dan bentuk interaksi politik bahwa politisi lebih mudah diakses oleh pemilih dan juga membuat budaya politik partisipatif yang lebih luwes. Selain itu, media sosial telah menjadi bagian yang tak tergantikan dan berpengaruh pada peristiwa kampanye pemilu. Media sosial telah mengubah sifat kampanye yang tradisional menjadi lebih modern dan interaktif. Suka tidak suka, media sosial memainkan peran kunci untuk pemilihan dimasa depan, karena manusia semakin banyak menghabiskan waktu di hadapan sosial media. Sehingga perlu digaris bawahi bahwa media sosial telah menjadi kekuatan untuk mempengaruhi penyebaran ide politik.

Nampaknya Almond dan Verba telah meramalkan kontribusi teknologi dalam membentuk budaya politik di masa depan ketika teori ini di cetuskan, bahwa jika suatu hari nanti akan terjadi revolusi politik yang sedang terjadi di dunia, maka bisa dipastikan peristiwa tersebut terjadi karena dorongan ledakan partisipan (Lucian W. Pye & Sydney Verba, 1965). Satu hal yang tidak bisa dicegah dalam budaya politik adalah semakin merangseknya partisipasi politik yang saat ini termediumisasi oleh media sosial. Teknologi mendorong bagi munculnya rasionalitas publik dan mendorong menguatnya karakter budaya partisipasi politik. Media sosial memang telah menggeser budaya politik kepada arah yang lebih partisipatif. Hal lain yang juga perlu diperhatikan dari pergeseran ini adalah munculnya anomali, ketika presentasi publik yang tertarik dan terlibat dalam pemilihan secara langsung memiliki kecenderungan untuk menurun namun keterlibatan masyarakat kedalam masalah politik sehari-hari justru meningkat. Publik secara individual maupun berkelompok banyak terlibat dalam gerakan protes, menandatangani petisi dan lain-lain.

Barangkali ini yang lantas menjadi hirauan bahwa gerakan sosial yang terjadi pada masyarakat bukan serta merta merupakan luapan emosi semata, namun luapan tersebut tersituasikan dan terarahkan melalui keberadaan sosial media. Keberadaan sosial media membuat proses mengumpulkan massa dan mengorganisasikan diri menjadi lebih mudah. Sosial media bukan sekedar menghubungkan manusia melalui perantara gawai semata,



tetapi sosial media telah menghubungkan manusia kedalam sebuah jaringan berdasarkan kesamaan ketertarikan dan kebutuhan tertentu yang spesifik.

Hal yang bisa dilakukan oleh sosial media untuk memantik sebuah gerakan sosial dan merubah budaya politik partisipatif adalah kelebihan sosial media untuk menyebarluaskan informasi dengan versi tidak tersensor. Media konvensional biasanya akan melakukan sortasi terhadap isi dari sebuah informasi. Sosial media tidak melakukan hal tersebut, sehingga sosial media membantu bagi terjadinya demokratisasi informasi. Tentunya sosial media telah bertransformasi menjadi alat yang mampu untuk mengatur, mengkomunikasikan dan menghubungkan antar individu. Oleh karena itu, sosial media dianggap sebagai penemuan teknologi yang berkontribusi besar terhadap demokratisasi. Hasil dari penemuan tersebut adalah saat ini ide-ide individual yang mencuat dan melambung dalam sosial media akan mendapatkan tanggapan dari para audiens yang reseptif.

#### **4. Kesimpulan**

Media sosial telah menjadi faktor utama yang membawa perubahan kepada budaya politik. Peristiwa politik seperti pemilu, referendum, kampanye dan aktivisme politik juga berubah karena ditenggarai oleh keberadaan sosial media. Partisipasi politik menjadi kata kunci untuk melihat perbedaan budaya politik ketika sudah dipengaruhi oleh sosial media. Media sosial telah menjadi platform dimana publik dapat mengungkapkan keprihatinan mereka, mengatur diri mereka sendiri dan menjadi lebih aktif dalam diskusi yang penting bagi mereka. Partisipasi dan aktivisme politik secara daring telah memberikan dampak besar kepada pembuatan kebijakan politik.

#### **Daftar Pustaka**

- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder Of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35 (November 1969), 37–41. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944366908977225>
- Bauchowitz, S. (2016). *Hänska-and-Bauchowitz-2017-Tweetign-for-Brexit-How-social-media-infludenced-.pdf*. (Ofcom 2017), 27–31.
- Chan, M., Chen, H. T., & Lee, F. L. F. (2017). Examining the roles of mobile and social media in political participation: A cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach. *New Media and Society*, 19(12), 2003–2021. <https://doi.org/10.1177/1461444816653190>
- Chilton, S. (1988). *University of Utah Western Political Science Association*. 41(3), 419–445.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*, 35(3), 470–493. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1426662>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Introduction networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information Communication and Society*, 14(6), 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Lucian W. Pye, & Sydney Verba. (1965). *Political Culture and Political Development*.
- Marija, A. (2019). (Re) shaping political culture and participation through social networks. *Journal of Liberty and International Affairs*, 5(2).

- Marijan, K. (1999). the Study of Political Culture in Indonesia. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 12(2), 57–66.
- Moser, A., & Korstjens, I. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 3: Sampling, data collection and analysis. *European Journal of General Practice*, 24(1), 9–18. <https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375091>
- Sandoval-Almazan, R., & Ramon Gil-Garcia, J. (2014). Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. *Government Information Quarterly*, 31(3), 365–378. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016>
- Shmargad, Y., & Klar, S. (2019). How partisan online environments shape communication with political outgroups. *International Journal of Communication*, 13, 2287–2313.
- Silva, F. C. Da, Clark, T. N., & Viera, M. B. (2015). Political culture. In *The International Encyclopedia of Political Communication* (pp. 171–181). <https://doi.org/10.1177/004208598301800103>
- Willner, R. (2011). Micro-Politics: An Underestimated Field of Qualitative Research in Political Science. *German Policy Studies*, 7(3), 155.