# KOMUNIKASI POLITIK BERBASIS DIGITAL PEMILIH PEMULA PADA PILKADA TAHUN 2024 DI KOTA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH

Aditya Abimanyu

NPP. 33.0871

*Program Studi Politik Indonesia Terapan*

Email: adiitabimanyu@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Prof. Dr. Drs. Hyronimus Rowa, M.Si.

Email: hyronimus_rowa@ipdn.ac.id

## *ABSTRACT*

***Problem Statement:*** *Previous studies on digital political communication and first-time voters mainly use quantitative approaches at the national level and focus on the influence of social media on political participation. Limited research has qualitatively examined digital political communication among Generation Z at the local level, particularly in Palu City.* ***Purpose:*** *This study aims to analyze the dynamics of digital political communication among first-time voters during the 2024 Regional Election (Pilkada) in Palu City.* ***Method:*** *This study employed a qualitative descriptive approach using Hafied Cangara's political communication theory and Jan van Dijk's concept of digital democracy. Data were collected through interviews, observation, and documentation involving KPU, Bawaslu, Diskominfo, Kesbangpol, local influencers, and first-time voters. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña interactive model.* ***Result:*** *The findings show a shift from conventional to digital campaigns. Political communication involves not only formal political actors but also influencers and buzzers. Campaign messages are disseminated through TikTok, Instagram, and WhatsApp. Although digital platforms increase political awareness, challenges remain, including hoaxes, algorithmic echo chambers, and low digital literacy. Moreover, many first-time voters still rely on family influence when making electoral decisions.* ***Conclusion:*** *Digital political communication among first-time voters in Palu City is active but often lacks substantive political discussion. Strengthening digital literacy, campaign monitoring, and collaboration between institutions and families is essential to support local democratic participation.*

***Keywords:*** *Digital democracy; Digital Political Communication; First-Time Voters; Political Participation; Regional Election*

## ABSTRAK

**Permasalahan (*Research Gap*):** Penelitian terdahulu mengenai komunikasi politik digital dan pemilih pemula umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif pada tingkat nasional serta berfokus pada pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik. Namun, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara kualitatif komunikasi politik digital di kalangan Generasi Z pada tingkat

lokal, khususnya di Kota Palu. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika komunikasi politik digital pada pemilih pemula dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Tahun 2024 di Kota Palu. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori komunikasi politik Hafied Cangara dan konsep demokrasi digital Jan van Dijk. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan KPU, Bawaslu, Diskominfo, Kesbangpol, *influencer* lokal, dan pemilih pemula. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. **Hasil:** Temuan penelitian menunjukkan adanya pergeseran dari kampanye konvensional menuju kampanye digital. Komunikasi politik tidak lagi hanya melibatkan aktor politik formal, tetapi juga *influencer* dan *buzzer*. Pesan kampanye disebarluaskan melalui TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Meskipun platform digital meningkatkan kesadaran politik, masih terdapat berbagai tantangan, seperti penyebaran hoaks, *echo chamber* algoritmik, dan rendahnya literasi digital. Selain itu, banyak pemilih pemula yang masih dipengaruhi oleh keluarga dalam menentukan pilihan politiknya. **Kesimpulan:** Komunikasi politik digital pada pemilih pemula di Kota Palu berlangsung secara aktif, namun sering kali belum menghadirkan diskusi politik yang substantif. Penguatan literasi digital, pengawasan kampanye, serta kolaborasi antara lembaga dan keluarga diperlukan untuk mendukung partisipasi demokrasi di tingkat lokal.

**Kata Kunci:** Demokrasi Digital; Komunikasi Politik Digital; Partisipasi Politik; Pemilih Pemula; Pemilihan Kepala Daerah.

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem politik dan demokrasi. Kehadiran internet serta media sosial menyebabkan proses komunikasi politik tidak lagi berlangsung secara konvensional melalui media cetak, radio, dan televisi, tetapi telah bergeser ke ruang digital yang lebih cepat, luas, dan interaktif. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp kini menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi politik, pembentukan opini publik, kampanye politik, hingga mobilisasi dukungan masyarakat dalam proses demokrasi. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa demokrasi saat ini tidak hanya berlangsung melalui mekanisme pemungutan suara, tetapi juga melalui berbagai aktivitas politik masyarakat di ruang digital. Rowa (2015) menjelaskan bahwa demokrasi pada hakikatnya menempatkan masyarakat sebagai aktor utama yang terlibat dalam proses politik dan pengambilan keputusan publik secara aktif dan berkelanjutan.

Perubahan pola komunikasi politik tersebut sejalan dengan konsep *network society* yang dikemukakan oleh Jan van Dijk. Van Dijk (2006) menjelaskan bahwa masyarakat modern telah memasuki *age of networks*, yaitu suatu kondisi ketika jaringan digital menjadi bagian utama dalam kehidupan sosial masyarakat. Jaringan komunikasi digital tidak hanya memengaruhi hubungan sosial, tetapi juga mengubah cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan menyebarkan

informasi politik. Senada dengan hal tersebut, Boulianne (2015) dalam meta-analisis atas 36 studi menemukan bahwa lebih dari 80% koefisien menunjukkan hubungan positif antara penggunaan media sosial dan partisipasi sipil-politik warga negara.

Di sisi lain, perkembangan komunikasi politik digital juga menghadirkan tantangan serius. Allcott dan Gentzkow (2017) mengungkap bahwa struktur media sosial yang memungkinkan penyebaran konten tanpa penyaringan pihak ketiga menciptakan lingkungan yang subur bagi berita palsu (*fake news*), yang terbukti memengaruhi persepsi politik pemilih dalam Pemilu Amerika Serikat 2016. Lebih jauh, Guess et al. (2019) menemukan bahwa rendahnya literasi digital menjadi faktor utama yang membuat pengguna media sosial rentan menyebarkan konten tidak terverifikasi. Fletcher dan Nielsen (2018) juga membuktikan bahwa kelompok usia muda lebih banyak terpapar informasi politik secara tidak langsung (*incidental exposure*) melalui media sosial dibandingkan media konvensional. Sementara itu, Vaccari & Valeriani (2019) menunjukkan bahwa diskusi politik informal di media sosial mampu memperluas keterlibatan elektoral masyarakat umum melampaui batas keanggotaan partai formal.

Pemilih pemula merupakan kelompok yang paling dekat dengan ekosistem digital ini. Menurut Cangara (2016), komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik dari komunikator kepada khalayak dengan tujuan memengaruhi sikap, perilaku, dan orientasi politik masyarakat. Dalam era media baru, komunikasi politik mengalami transformasi yang ditandai dengan penggunaan media digital sebagai sarana utama penyebaran pesan politik, di mana masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar informasi. Kondisi tersebut menjadikan pemilih pemula sebagai kelompok strategis dalam proses demokrasi. Simangunsong dan Pratama (2016) menjelaskan bahwa pemilih pemula memiliki posisi penting dalam menentukan arah demokrasi karena merupakan kelompok yang mulai menggunakan hak pilihnya serta memiliki potensi besar dalam memengaruhi tingkat partisipasi politik pada suatu pemilihan.

Dalam konteks Pilkada Serentak 2024 di Kota Palu, data PPID KPU Kota Palu mencatat jumlah pemilih berusia 17-24 tahun mencapai 53.599 orang. Menurut laporan APJII (2024), tingkat penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, khususnya pada kelompok usia muda. Kondisi ini menjadikan media digital sebagai ruang komunikasi politik yang paling strategis sekaligus paling rentan dalam menjangkau pemilih pemula. Pada konteks Indonesia, penelitian Arifin et al. (2024) juga membuktikan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan politik pemilih pemula pada Pemilu 2024.

## 1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (*Research Gap*)

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas komunikasi politik digital dan pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik (Allcott & Gentzkow, 2017; Boulianne, 2015; Fletcher & Nielsen, 2018; Guess et al. 2019; Vaccari & Valeriani, 2019; Arifin et al. 2024; Andriyendi et al. 2023; Siregar, 2021). Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cakupan nasional atau negara maju, tanpa mengkaji secara mendalam pola

komunikasi politik berbasis digital pada tingkat lokal, khususnya pada pemilih pemula dalam Pilkada di Kota Palu.

Penelitian sebelumnya juga masih jarang membahas keterlibatan lembaga pemerintah daerah dan penyelenggara pemilu seperti KPU, Bawaslu, Diskominfo, dan Kesbangpol dalam membangun komunikasi politik digital dan literasi digital kepada pemilih pemula. Pentingnya keterlibatan lembaga pemerintah dalam ruang digital didukung oleh penelitian Saputra et. Al (2023) yang menunjukkan bahwa pengelolaan informasi digital oleh instansi pemerintah berperan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Kesenjangan penelitian juga terletak pada minimnya kajian yang menganalisis komunikasi politik digital menggunakan lima dimensi komunikasi politik (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek) secara menyeluruh dalam konteks Pilkada lokal di Indonesia.

## 1.3 Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan mengingat besarnya proporsi pemilih pemula dalam Pilkada 2024 di Kota Palu yang mencapai 53.599 orang pada rentang usia 17-24 tahun serta tingginya penggunaan media sosial di kalangan generasi Z. Pemahaman mendalam mengenai pola komunikasi politik digital pemilih pemula menjadi dasar empiris yang krusial bagi Pemerintah Kota Palu, KPU, Bawaslu, Diskominfo, dan Kesbangpol dalam merancang strategi komunikasi publik, pendidikan politik, dan literasi digital yang lebih efektif. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Labolo (2014) yang menyatakan bahwa pemerintah memiliki fungsi strategis dalam menjembatani hubungan antara negara dan masyarakat, termasuk melalui penyediaan informasi publik dan penguatan partisipasi masyarakat dalam kehidupan demokrasi. Apabila penelitian ini tidak dilaksanakan, perumusan strategi edukasi pemilih berisiko tidak tepat sasaran dan tidak sesuai dengan karakteristik generasi digital, sehingga upaya peningkatan kualitas partisipasi demokrasi lokal berpotensi tidak optimal.

## 1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melihat perkembangan kajian mengenai komunikasi politik digital dan pemilih pemula. Penelitian Allcott dan Gentzkow (2017) membahas pengaruh penyebaran *fake news* di media sosial terhadap persepsi politik masyarakat dalam Pemilu Amerika Serikat 2016. Boulianne (2015) menjelaskan melalui meta-analisis bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan positif terhadap partisipasi politik. Fletcher dan Nielsen (2018) menemukan bahwa generasi muda lebih banyak terpapar informasi politik secara tidak langsung melalui media sosial. Guess, Nagler, dan Tucker (2019) membahas penyebaran informasi palsu di Facebook dan faktor-faktor yang memengaruhinya, termasuk literasi digital. Vaccari & Valeriani (2019) menjelaskan bahwa media sosial memperluas keterlibatan politik masyarakat umum melalui interaksi digital. Pada tingkat nasional, Arifin et al. (2024) membuktikan pengaruh signifikan media sosial terhadap keputusan pemilih pemula pada Pemilu 2024, sementara Andriyendi et al. (2023) menemukan pengaruh media sosial terhadap

partisipasi pemilih pemula pada Pilkada, dan Siregar (2021) mengkaji penggunaan media sosial pada pemilih pemula di Kota Medan.

**Tabel 1**

Penelitian Terdahulu

| Peneliti & Tahun | Judul | Metode | Hasil & Perbedaan dengan Penelitian Ini |
|---|---|---|---|
| **Allcott & Gentzkow (2017)** | *Social Media and Fake news in the 2016 Election* | Analisis ekonomi media; data *web browsing;* survei 1.200 responden; 156 artikel berita palsu | Media sosial menjadi arena penyebaran *fake news* yang memengaruhi persepsi pemilih. Penelitian tersebut berfokus pada konteks Pemilu AS, sedangkan penelitian ini mengkaji konteks Pilkada lokal Kota Palu 2024 dengan pendekatan kualitatif. |
| **Boulianne (2015)** | *Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research* | Meta-analisis 36 studi (170 efek) lintas berbagai negara | Lebih dari 80% koefisien menunjukkan hubungan positif antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Penelitian ini melengkapi dengan analisis kualitatif pola komunikasi politik digital di tingkat lokal Kota Palu yang tidak dapat ditangkap meta-analisis. |
| **Fletcher & Nielsen (2018)** | *Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis* | Survei daring di 4 negara (Italia, Australia, Inggris, AS); analisis komparatif lintas platform | Paparan berita tidak sengaja (*incidental exposure*) di media sosial lebih kuat pada pemuda dengan minat berita rendah. Penelitian ini mengkaji fenomena serupa pada pemilih pemula Kota Palu dalam konteks Pilkada 2024. |
| **Guess et al. (2019)** | *Less Than You Think: Prevalence and Predictors of Fake news Dissemination on Facebook* | Survei representatif N=3.500 dihubungkan dengan data berbagi Facebook aktual | Penyebaran berita palsu relatif jarang (8,5%) namun dipengaruhi usia dan ideologi. Penelitian ini mengkaji dinamika hoaks di WhatsApp dan media sosial dalam konteks Pilkada 2024 Kota Palu secara kualitatif. |
| **Vaccari & Valeriani** | *Party Campaigners or Citizen* | Survei daring di Jerman, Italia, | Diskusi politik informal di media sosial mempersempit |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **(2019)** | *campaigners? How Social Media Deepen and Broaden Party-Related Engagement* | dan Inggris pasca Pemilu Parlemen Eropa 2014 | kesenjangan keterlibatan antara anggota partai dan masyarakat umum. Penelitian ini mengkaji fenomena *citizen campaigners* dalam konteks lokal Pilkada Kota Palu 2024. |
| **Arifin et al. (2024)** | Peran Media Sosial dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih Pemula pada Pemilu 2024 di Indonesia | *Mixed methods*; survei daring + wawancara semi-terstruktur; skala nasional | Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan politik pemilih pemula. Penelitian ini memperdalam dimensi tersebut pada konteks lokal Kota Palu dengan analisis lima dimensi komunikasi politik. |
| **Andriyendi et al. (2023)** | Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada | Kuantitatif eksplanatori (*ex-post facto*); regresi sederhana; n=98 | Media sosial berpengaruh signifikan (±31%) terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Penelitian ini melengkapi dengan analisis kualitatif pola komunikasi dua arah di Kota Palu. |
| **Siregar (2021)** | Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan | Studi kasus kualitatif; observasi dan wawancara; Kota Medan | Media sosial sebagai ruang pertukaran informasi politik; partisipasi bersifat reaktif situasional. Penelitian ini mengkaji pola komunikasi digital yang lebih berkelanjutan pada Pilkada 2024 Kota Palu. |

*Sumber: Diolah oleh penulis*

## 1.5 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini merupakan karya yang baru dan berbeda dari penelitian terdahulu dilihat dari tiga aspek. Pertama, dari segi teori: penelitian ini mengintegrasikan teori komunikasi politik Hafied Cangara (2016) dengan *digital democracy* digital Jan van Dijk (2006) secara bersamaan, yang belum dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Kedua, dari segi konteks objek penelitian: penelitian ini secara spesifik mengkaji komunikasi politik digital pemilih pemula pada Pilkada 2024 di Kota Palu sebagai daerah pasca-bencana yang sedang bertransformasi, yang belum pernah diteliti sebelumnya. Ketiga, dari segi pendekatan: penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif interpretatif yang mampu menangkap dinamika komunikasi digital di tingkat lokal secara mendalam, termasuk peran lembaga pemerintah daerah dalam ruang digital yang belum dikaji oleh penelitian-penelitian sebelumnya.

### 1.6 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi politik berbasis digital pada pemilih pemula dalam Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi politik berbasis digital pada pemilih pemula dalam Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu. Menurut Nurdin dan Hartati (2019), penelitian sosial dilakukan untuk memahami fenomena yang terjadi dalam masyarakat secara mendalam berdasarkan kondisi empiris yang ditemukan di lapangan, sehingga mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai objek yang diteliti. Moleong (2017) juga mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai pendekatan yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman dan realitas di lapangan. Simangunsong (2017) menegaskan bahwa analisis data kualitatif bersifat induktif karena harus mengacu pada temuan lapangan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak berfokus pada pengukuran angka, melainkan untuk memahami pola komunikasi politik digital, interaksi sosial, serta pengalaman dan pandangan informan terkait penggunaan media sosial dalam kegiatan politik.

Penelitian dilaksanakan di Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, selama kurang lebih tiga bulan, yaitu bulan November 2025 sampai Januari 2026. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 17 orang, terdiri dari: Kepala Badan Kesbangpol Kota Palu (1 orang) sebagai informan kunci karena memiliki kewenangan koordinasi politik daerah; Ketua Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan SDM KPU Kota Palu (1 orang) sebagai informan kunci karena berperan dalam sosialisasi dan pendidikan politik kepada pemilih pemula; Kabid Politik dan Kewaspadaan Nasional Kesbangpol Kota Palu (1 orang); Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo Kota Palu (1 orang); Koordinator Divisi Penanganan Pelanggaran, Data, dan Informasi Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah (1 orang); *Influencer* lokal Kota Palu (1 orang); serta pemilih pemula berusia 18-24 tahun yang aktif menggunakan media sosial (10 orang).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2020) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber (membandingkan informasi dari berbagai informan penelitian) dan triangulasi teknik (membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi) sehingga data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis komunikasi politik berbasis digital pada pemilih pemula dalam Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu menggunakan teori komunikasi politik Cangara (2016) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi

politik. Teori ini digunakan untuk mengkaji bagaimana aktor politik menyampaikan pesan melalui media digital, bagaimana pesan tersebut diterima oleh pemilih pemula, serta pengaruh yang ditimbulkan terhadap sikap dan perilaku politik mereka. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep *digital democracy* dari Jan van Dijk (2006) untuk melihat bagaimana perkembangan teknologi digital dan media sosial memengaruhi partisipasi serta komunikasi politik masyarakat, khususnya pemilih pemula. Melalui konsep ini, penulis dapat menganalisis sejauh mana platform digital membuka ruang interaksi politik, meningkatkan akses informasi, dan mendorong keterlibatan pemilih muda dalam proses demokrasi lokal pada Pilkada 2024 di Kota Palu.

### 3.1 Komunikator Politik

Komunikator politik merupakan pihak yang menyampaikan pesan politik kepada masyarakat melalui media digital. Berdasarkan hasil penelitian, komunikator politik dalam komunikasi politik berbasis digital pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu terdiri dari pasangan calon kepala daerah, tim kampanye, partai politik, *influencer* lokal, lembaga penyelenggara pemilu, dan masyarakat pengguna media sosial. Hal ini sejalan dengan konsep *digital democracy* dari Van Dijk (2006) yang menjelaskan bahwa perkembangan jaringan digital telah mengubah pola interaksi sosial dan komunikasi masyarakat menjadi berbasis jaringan internet, sehingga setiap individu berpotensi menjadi komunikator politik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Divisi Sosialisasi KPU Kota Palu (Wawancara, 20 November 2025), media sosial digunakan sebagai sarana sosialisasi politik karena dianggap lebih efektif dalam menjangkau pemilih pemula yang aktif menggunakan internet: "Kami memanfaatkan Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube untuk memberikan edukasi politik kepada pemilih pemula karena generasi muda sekarang lebih aktif di media sosial." Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa lembaga penyelenggara pemilu mulai menyesuaikan pola komunikasi politik dengan karakteristik generasi muda yang lebih aktif dalam ruang digital.

Selain lembaga resmi, *influencer* lokal juga memiliki pengaruh signifikan dalam komunikasi politik digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula (Wawancara, 5 Desember 2025), informasi politik yang disampaikan *influencer* dianggap lebih menarik dan mudah dipahami: "Kadang saya lebih tertarik lihat penjelasan politik dari *inluencer* lokal karena pembawaannya santai dan tidak terlalu formal." Temuan ini mengkonfirmasi argumen Allcott dan Gentzkow (2017) bahwa ketika hambatan masuk menjadi komunikator di ruang digital sangat rendah, maka akun palsu, *buzzer*, dan sumber tidak terverifikasi pun leluasa beroperasi sebagai komunikator politik.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa komunikator politik dalam era digital mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jika sebelumnya komunikasi politik didominasi oleh partai politik dan media massa konvensional, maka pada era digital komunikasi politik menjadi lebih terbuka dan interaktif. Kehadiran *influencer* lokal dan pengguna media sosial sebagai komunikator politik menunjukkan

bahwa pemilih pemula lebih mudah menerima informasi politik dari figur yang dianggap dekat dengan kehidupan mereka.

### 3.2 Pesan Politik dalam Media Digital

Pesan politik merupakan isi atau informasi politik yang disampaikan komunikator kepada masyarakat melalui media digital. Dalam komunikasi politik berbasis digital pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu, pesan politik lebih banyak disampaikan dalam bentuk visual, singkat, dan kreatif agar lebih mudah menarik perhatian pemilih pemula yang didominasi generasi Z. Berdasarkan hasil dokumentasi penelitian, pasangan calon kepala daerah dan tim kampanye lebih sering menggunakan video pendek, poster digital, slogan politik, meme politik, *reels* Instagram, hingga *live streaming* dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula (Wawancara, 10 Desember 2025), pesan politik yang dikemas secara sederhana dan mengikuti tren media sosial lebih mudah dipahami dibandingkan penyampaian politik formal: "Kalau videonya singkat dan desainnya menarik biasanya saya langsung lihat sampai selesai, apalagi kalau ada musik atau tren yang sedang viral." Temuan ini sejalan dengan Fletcher dan Nielsen (2018) yang membuktikan bahwa *incidental exposure* paling efektif pada konten visual pendek bagi kelompok pemuda dengan minat berita rendah.

Namun, perkembangan komunikasi politik digital juga menyebabkan meningkatnya penyebaran informasi politik yang belum tentu benar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Koordinator Divisi Penanganan Pelanggaran Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah (Wawancara, 15 November 2025): "Selama Pilkada 2024 kami menemukan cukup banyak informasi politik yang belum tentu benar beredar di media sosial, terutama melalui akun anonim dan grup WhatsApp." Kondisi ini sejalan dengan temuan Guess et al. (2019) bahwa tingkat literasi digital merupakan prediktor utama kemampuan pengguna membedakan informasi valid dari konten tidak terverifikasi.

Penulis menyimpulkan bahwa pesan politik dalam komunikasi politik digital pada pemilih pemula di Kota Palu lebih efektif apabila dikemas secara visual, singkat, kreatif, dan mengikuti tren media sosial. Namun, tingginya arus informasi digital juga menyebabkan meningkatnya risiko penyebaran hoaks dan disinformasi politik, sehingga diperlukan penguatan literasi digital agar pemilih pemula mampu memilah informasi politik secara bijak.

### 3.3 Media Komunikasi Politik Digital

Media komunikasi politik digital merupakan sarana yang digunakan dalam penyampaian informasi politik kepada masyarakat melalui jaringan internet dan teknologi digital. Dalam Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu, media sosial menjadi media utama dalam komunikasi politik bagi pemilih pemula. Berdasarkan hasil penelitian, media sosial yang paling banyak digunakan adalah TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Vaccari & Valeriani (2019) membuktikan bahwa platform media sosial tidak sekadar menjadi sarana penyebaran pesan, tetapi juga membentuk pola baru keterlibatan elektoral warga yang melampaui batas keanggotaan partai formal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula (Wawancara, 12 Desember 2025), TikTok menjadi media yang paling sering digunakan dalam memperoleh informasi politik karena algoritma media sosial secara otomatis menampilkan berbagai isu politik yang sedang viral: "Kadang tanpa dicari pun video politik sering muncul sendiri di *FYP* TikTok jadi lebih cepat tahu isu politik yang lagi ramai." Temuan ini memperkuat konsep *incidental exposure* yang dikemukakan Fletcher dan Nielsen (2018), bahwa paparan berita tidak sengaja di media sosial justru paling kuat terjadi pada pemuda dengan minat berita rendah. Selain TikTok dan Instagram, WhatsApp juga menjadi media komunikasi politik yang cukup aktif. Berdasarkan hasil observasi penelitian, informasi politik sering dibagikan melalui grup keluarga, grup pertemanan, dan organisasi masyarakat dalam bentuk gambar, video, poster digital, maupun tautan berita politik. Hasil dokumentasi penelitian juga menunjukkan bahwa KPU dan Bawaslu Kota Palu aktif menggunakan media sosial dalam menyampaikan sosialisasi Pilkada dan pengawasan pemilu kepada masyarakat.

Penulis menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran utama dalam komunikasi politik digital pada pemilih pemula di Kota Palu. TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi media yang paling dominan karena mudah diakses dan sesuai dengan karakteristik generasi digital. Diperlukan kemampuan literasi digital agar pemilih pemula mampu menggunakan media sosial secara bijak dalam memahami informasi politik.

### 3.4 Pemilih Pemula sebagai Komunikan Politik Digital

Pemilih pemula dalam penelitian ini berada pada rentang usia 17-24 tahun yang didominasi generasi Z. Berdasarkan data KPU Kota Palu, jumlah pemilih pemula pada Pilkada Tahun 2024 mencapai 53.599 orang. Kelompok ini memiliki karakteristik dekat dengan perkembangan teknologi digital dan aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula (Wawancara, 8 Desember 2025), ketertarikan terhadap informasi politik biasanya muncul ketika isu politik sedang viral di media sosial: "Biasanya saya tertarik ikut bahas politik kalau memang sedang viral di TikTok atau Instagram." Boulianne (2015) membuktikan bahwa efek media sosial terhadap partisipasi politik lebih kuat pada sampel pemuda dibandingkan populasi umum, yang dikonfirmasi oleh temuan penelitian ini.

Lingkungan keluarga dan pertemanan juga memengaruhi cara pemilih pemula memahami informasi politik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penelitian, diskusi politik sering terjadi melalui grup WhatsApp keluarga maupun percakapan di media sosial. Dalam beberapa kondisi, pemilih pemula cenderung mengikuti pilihan politik keluarga untuk menjaga hubungan sosial dan menghindari konflik. Selain sebagai penerima informasi politik, pemilih pemula juga aktif membagikan kembali informasi politik melalui media sosial, menunjukkan peran mereka sebagai *citizen campaigners* sebagaimana yang dikonseptualisasikan Vaccari & Valeriani (2019). Penulis menyimpulkan bahwa pemilih pemula tidak hanya berperan sebagai penerima informasi politik, tetapi juga aktif membagikan dan membentuk opini politik melalui media sosial. Tingginya aktivitas di media sosial juga menyebabkan mereka rentan terhadap penyebaran hoaks

sebagaimana diidentifikasi Guess et al. (2019). Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital agar pemilih pemula mampu memahami informasi politik secara kritis.

### 3.5 Efek Komunikasi Politik Berbasis Digital pada Pemilih Pemula

Komunikasi politik berbasis digital memberikan berbagai pengaruh terhadap perilaku politik pemilih pemula pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula (Wawancara, 10 Desember 2025): "Media sosial membantu saya lebih cepat tahu informasi tentang calon kepala daerah dan program-programnya." Selain meningkatkan akses informasi politik, media sosial juga memengaruhi tingkat partisipasi politik pemilih pemula dalam mengikuti perkembangan politik melalui konten video, *live streaming* debat kandidat, hingga diskusi politik di media sosial. Namun, komunikasi politik berbasis digital juga menimbulkan dampak negatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Koordinator Divisi Penanganan Pelanggaran Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah (Wawancara, 15 November 2025): "Masih banyak masyarakat yang langsung percaya dan menyebarkan informasi politik tanpa mengecek kebenarannya terlebih dahulu." Kondisi ini sejalan dengan temuan Allcott dan Gentzkow (2017) bahwa media sosial dengan struktur penyebaran konten tanpa penyaringan pihak ketiga menciptakan ekosistem yang rentan terhadap berita palsu.

Hasil observasi peneliti juga menunjukkan bahwa sebagian pemilih pemula masih mudah terpengaruh oleh informasi politik yang viral di media sosial. Konten politik yang provokatif dan sensasional lebih cepat menarik perhatian dibandingkan informasi edukatif. Selain itu, keberadaan akun anonim, *buzzer* politik, dan komentar negatif di media sosial turut memengaruhi kualitas komunikasi politik digital pada pemilih pemula. Penulis menyimpulkan bahwa komunikasi politik berbasis digital memberikan pengaruh besar terhadap cara pemilih pemula memahami politik dan menentukan pilihan politiknya. Media sosial memberikan dampak positif berupa kemudahan akses informasi dan meningkatnya partisipasi politik. Namun, komunikasi politik digital juga menimbulkan dampak negatif berupa penyebaran hoaks, disinformasi, dan polarisasi politik.

### 3.6 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Komunikasi politik berbasis digital pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pola komunikasi politik pemilih pemula. Penulis menemukan temuan penting bahwa pemilih pemula cukup aktif dalam komunikasi politik digital karena tingginya penggunaan media sosial, karakteristik generasi Z yang dekat dengan teknologi digital, serta adanya sosialisasi politik yang dilakukan oleh KPU, Bawaslu, dan pemerintah daerah melalui media sosial.

Sama halnya dengan temuan Boulianne (2015) bahwa media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik generasi muda, pemilih pemula di Kota Palu menunjukkan keterlibatan politik yang cukup aktif melalui media sosial, baik dalam bentuk mengikuti informasi politik, berdiskusi, maupun membagikan konten politik. Penelitian ini juga sejalan dengan Arifin et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan politik pemilih pemula. Berbeda dari temuan Boulianne (2015) yang menyatakan efek kampanye elektoral di

media sosial adalah yang paling lemah dalam meta-analisisnya, penelitian ini justru menemukan bahwa komunikasi digital berperan signifikan dalam membentuk preferensi pemilih pemula selama Pilkada 2024 Kota Palu, kemungkinan karena intensitas penggunaan media sosial generasi Z Indonesia yang lebih tinggi. Temuan penelitian ini memperkuat penelitian Siregar (2021) yang menemukan bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi politik bagi pemilih pemula. Pemilih pemula di Kota Palu lebih tertarik pada informasi politik yang dikemas secara visual, singkat, dan mengikuti tren media sosial seperti video pendek TikTok dan *reels* Instagram, menunjukkan fenomena *incidental exposure* sebagaimana ditemukan Fletcher dan Nielsen (2018) di empat negara. Namun, komunikasi politik berbasis digital juga masih memiliki hambatan, di antaranya penyebaran hoaks politik, akun anonim, *buzzer* politik, rendahnya literasi digital, serta pengaruh lingkungan keluarga, kondisi yang sama halnya dengan temuan Allcott dan Gentzkow (2017) dan Guess et al. (2019). Temuan Vaccari & Valeriani (2019) tentang *citizen campaigners* terkonfirmasi dalam konteks Kota Palu: pemilih pemula yang aktif berdiskusi politik di media sosial cenderung terlibat lebih jauh dalam kegiatan elektoral tanpa afiliasi formal ke partai manapun, menunjukkan demokratisasi keterlibatan politik melalui media sosial.

### 3.7 Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Penulis menemukan beberapa faktor pendukung dalam komunikasi politik berbasis digital pada pemilih pemula di Kota Palu, di antaranya tingginya penggunaan media sosial di kalangan generasi Z, mudahnya akses internet, serta aktifnya lembaga penyelenggara pemilu seperti KPU dan Bawaslu dalam melakukan edukasi politik melalui media digital. Selain itu, konten politik yang dikemas secara kreatif dan mengikuti tren media sosial juga membuat pemilih pemula lebih tertarik mengikuti perkembangan politik selama Pilkada Tahun 2024. Temuan tersebut menunjukkan bahwa lembaga pemerintah dan penyelenggara pemilu memiliki peran yang penting dalam membangun komunikasi dengan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Sejalan dengan pandangan Labolo (2014), pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara pemerintahan, tetapi juga sebagai fasilitator yang menjembatani hubungan antara negara dan masyarakat melalui penyediaan informasi publik dan penguatan partisipasi warga negara.

Di sisi lain, penulis juga menemukan beberapa faktor penghambat, yaitu penyebaran hoaks politik, keberadaan akun anonim dan *buzzer* politik, rendahnya literasi digital, serta pengaruh lingkungan keluarga terhadap pilihan politik pemilih pemula. Berdasarkan hasil observasi penelitian, sebagian pemilih pemula masih mudah percaya terhadap informasi politik yang viral di media sosial tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Penulis juga menemukan fenomena *asymmetric trust*: *influencer* lokal dengan pengikut relatif sedikit memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di kalangan pemilih pemula dibandingkan akun resmi kandidat maupun lembaga pemerintah. Hal ini berkaitan erat dengan argumentasi Allcott dan Gentzkow (2017) tentang menurunnya kepercayaan terhadap sumber resmi di era digital, di mana keotentikan dan kedekatan personal justru menjadi faktor penentu kredibilitas komunikator.

**Tabel 2**

Analisis Lima Dimensi Komunikasi Politik Digital Pemilih Pemula Kota Palu 2024

| Dimensi Cangara (2016) | Temuan Penelitian di Kota Palu | Analisis Teori & Perspektif Van Dijk (2006) |
|---|---|---|
| **Komunikator Politik** | Pasangan calon, tim kampanye, partai politik, *influencer* lokal, KPU, Bawaslu, dan masyarakat pengguna media sosial menjadi komunikator aktif. Pemilih pemula menilai kredibilitas berdasarkan keaslian narasi dan kedekatan personal komunikator. | Komunikator tidak lagi didominasi aktor formal. Van Dijk (2006) menjelaskan bahwa jaringan digital menata ulang relasi kuasa antara produsen dan konsumen informasi. *Buzzer* dan akun palsu turut beroperasi sebagai komunikator tidak resmi (Allcott & Gentzkow, 2017). |
| **Pesan Politik** | Pesan bersifat visual, pendek, dan mengikuti tren platform. Konten meme, *reels*, dan *short video* TikTok menjadi kemasan utama pesan politik yang menyasar pemilih muda. | Kemasan visual menarik perhatian namun menghasilkan pemahaman dangkal. Fletcher & Nielsen (2018) membuktikan bahwa *incidental exposure* paling efektif pada konten visual pendek bagi kelompok minat berita rendah. |
| **Media Politik** | TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi platform dominan. Algoritma TikTok secara otomatis menampilkan konten politik ke *FYP* (*For Your Page*) pengguna tanpa pencarian aktif. | Algoritma platform bersifat determinan dalam konten yang viral. Media digital bukan ruang netral. Vaccari & Valeriani (2019) menemukan diskusi politik di media sosial memperluas keterlibatan elektoral melampaui batas anggota partai formal. |
| **Komunikan (Pemilih Pemula)** | Pemilih pemula aktif-reaktif di ruang digital. Sebagian menunjukkan sikap kritis dengan verifikasi informasi, sebagian lain masih mudah terpengaruh konten viral tanpa verifikasi. Pengaruh keluarga masih dominan dalam keputusan politik akhir. | Guess et al. (2019) menemukan bahwa literasi digital dan usia adalah prediktor utama penyebaran konten tidak terverifikasi. Boulianne (2015) membuktikan efek positif media sosial pada partisipasi lebih kuat pada sampel pemuda. |
| **Efek Komunikasi Politik** | Meningkatnya akses dan kesadaran politik, terbentuknya preferensi terhadap kandidat tertentu, serta memengaruhi keputusan memilih. Namun pengaruhnya | Efek komunikasi bersifat kumulatif dan multidimensional. Allcott & Gentzkow (2017) mengingatkan bahwa pengaruh media digital terhadap pilihan akhir sangat bergantung pada keadaan ideologis |

| | | |
|---|---|---|
| | tidak mutlak karena masih dipengaruhi faktor keluarga dan lingkungan sosial. | awal pemilih. Misinformasi tetap menjadi ancaman utama. |

*Sumber: Diolah oleeh penulis berdasarkan hasil wawancara*

## IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa komunikasi politik berbasis digital pada pemilih pemula dalam Pilkada Tahun 2024 di Kota Palu telah mengalami transformasi yang cukup signifikan dari komunikasi politik konvensional menuju komunikasi politik berbasis media sosial. Perkembangan teknologi digital dan tingginya penggunaan media sosial di kalangan generasi Z menyebabkan proses komunikasi politik berlangsung lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa komunikasi politik digital berlangsung melalui lima dimensi komunikasi politik yang saling berkaitan, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi politik.

Komunikator politik dalam komunikasi politik digital tidak lagi hanya berasal dari aktor politik formal, tetapi juga melibatkan *influencer* lokal, lembaga penyelenggara pemilu, serta masyarakat pengguna media sosial. Pesan politik yang disampaikan melalui media digital cenderung dikemas secara visual, singkat, kreatif, dan mengikuti tren media sosial. TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi media utama yang digunakan pemilih pemula dalam memperoleh informasi politik. Pemilih pemula tidak hanya berperan sebagai penerima informasi politik, tetapi juga aktif membagikan informasi dan membentuk opini politik melalui media sosial, sebuah fenomena yang sejalan dengan konsep *citizen campaigners* (Vaccari & Valeriani, 2019).

Kondisi ini menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki posisi yang strategis dalam proses demokrasi. Simangunsong dan Pratama (2016) menyatakan bahwa pemilih pemula merupakan kelompok yang memiliki potensi besar dalam memengaruhi dinamika politik melalui tingkat partisipasi dan keterlibatan mereka dalam proses pemilihan.

Selain memberikan dampak positif berupa kemudahan akses informasi politik dan meningkatnya partisipasi politik generasi muda, komunikasi politik berbasis digital juga masih menghadapi berbagai hambatan seperti penyebaran hoaks politik (Allcott & Gentzkow, 2017; Guess et al. (2019), akun anonim, *buzzer* politik, rendahnya literasi digital, serta pengaruh lingkungan keluarga terhadap pilihan politik pemilih pemula. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital, pengawasan informasi politik, serta strategi komunikasi politik yang lebih kreatif dan adaptif agar komunikasi politik digital dapat berjalan secara sehat dan mendukung kualitas demokrasi lokal di Kota Palu.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada waktu dan biaya penelitian sehingga proses pengumpulan data dilakukan dalam waktu yang terbatas. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan di Kota Palu dengan fokus pada pemilih pemula dalam Pilkada Tahun 2024 sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan kondisi komunikasi politik digital di seluruh daerah lain. Penelitian ini juga lebih berfokus pada komunikasi politik berbasis

digital melalui media sosial sehingga belum membahas secara mendalam bentuk komunikasi politik konvensional di masyarakat.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari bahwa temuan penelitian ini masih bersifat awal, oleh karena itu disarankan agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas dengan karakteristik daerah yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengkaji pengaruh perkembangan teknologi digital, media sosial, serta literasi digital terhadap perilaku politik generasi muda dalam berbagai konteks pemilihan di Indonesia, termasuk kajian komparatif antara kota-kota di Sulawesi Tengah.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Prof. Dr. Drs. Hyronimus Rowa, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan selama proses penelitian dan penulisan. Terima kasih juga kepada seluruh informan penelitian, yaitu Badan Kesbangpol Kota Palu, KPU Kota Palu, Bawaslu Provinsi Sulawesi Tengah, Diskominfo Kota Palu, para *influencer* lokal, serta pemilih pemula Kota Palu yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Andriyendi, D. O.,C. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101–111. https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan survei penetrasi dan perilaku internet Indonesia 2024*. https://survei.apjii.or.id/

Arifin, I., Ahmad, M. R. S., Arifin, J., Agustang, A. D. M. P., & Sadriani, A. (2024). Peran media sosial dalam mempengaruhi keputusan pemilih pemula pada Pemilu 2024 di Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, *12*(2), 201–208. https://doi.org/10.26618/equilibrium.v12i2.14421

Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. Information, Communication & Society, 17(5), 524–538. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542

Cangara, H. (2016). Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi. PT Raja Grafindo Persada.

Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. New Media & Society, 20(7), 2450–2468. https://doi.org/10.1177/1461444817724170

Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586

Labolo, M. (2014). *Memahami ilmu pemerintahan: Suatu kajian, teori, konsep dan pengembangannya*. Rajawali Pers.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Surabaya.

Rowa, H. (2015). *Demokrasi dan kebangsaan Indonesia*. IPDN.

Saputra, A. D., Dione, F., & Uluputty, I. (2023). Pengelolaan keamanan informasi dan persandian di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan, 5*(2), 159–187. https://doi.org/10.33701/jtkp.v5i2.3735

Simangunsong, F. (2017). *Metodologi penelitian pemerintahan*. Alfabeta.

Simangunsong, F., & Pratama, G. A. (2016). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pesta demokrasi di Kabupaten Melawi Provinsi Kalimantan Barat. *CISOC: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 3*(1), 53–63. http://eprints.ipdn.ac.id/2513/

Siregar, A. U. (2021). Penggunaan media sosial pada pemilih pemula dalam partisipasi politik pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 19–26. https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i1.4265

van Dijk, J. (2006). *The network society: Social aspects of new media* (2nd ed.). SAGE Publications.

Vaccari, C., & Valeriani, A. (2019). Party campaigners or citizen campaigners? How social media deepen and broaden party-related engagement. *The International Journal of Press/Politics*, 30(3), 294–312. https://doi.org/10.1177/1940161216642152