

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti berisi mengenai tema politik, pemerintah, dan sosial. Pemilihan tema-tema ini didasarkan pada pertimbangan akademik. Isu-isu politik dan pemerintahan merupakan ruang utama terjadinya proses komunikasi publik, pembentukan opini, serta pertarungan makna di masyarakat. Tema politik dan pemerintahan penting karena menghadirkan konteks kekuasaan, kebijakan publik, dan representasi institusi negara yang sering menjadi perhatian, penilaian, dan interpretasi publik.

Selain itu, tema sosial dipilih karena proses resepsi tidak dapat dipisahkan dari realitas sosial di mana individu berada. Resepsi publik dipengaruhi oleh latar belakang sosial, nilai, norma, pengalaman hidup, serta posisi mereka dalam struktur masyarakat. Kajian sosial membantu peneliti memahami bagaimana faktor-faktor seperti generasi, kelas sosial, budaya, dan lingkungan media membentuk cara pandang serta sikap publik terhadap isu-isu penting. Dengan demikian, penelitian sebelumnya dengan tema sosial memberikan landasan penting untuk melihat resepsi sebagai proses yang aktif, dinamis, dan kontekstual.

Pemilihan penelitian sebelumnya dengan tema-tema ini juga bertujuan untuk memperkuat kerangka teoretis mengenai komunikasi politik dan kajian resepsi. Penelitian politik dan pemerintahan umumnya menyoroti bagaimana pesan publik diproduksi, disebarluaskan, dan dibingkai melalui berbagai media. Sementara itu, penelitian sosial menekankan bagaimana publik menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan realitas sosialnya. Kombinasi ketiga tema ini memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara pesan, media, dan publik secara lebih lengkap.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Disaster Reporting in Indonesian National Online Media: Agenda Setting and Sentiment Analysis	Understanding the Role of Social Media Toward Satisfaction of Government in Indonesia	Hoax and Paradox of Digital Public Sphere	<i>Political branding on X: sentiment dynamics in Indonesia's presidential discourse</i>	<i>A systematic review on social media echo chambers and political persuasion</i>	Disaster Reporting in Indonesian National Online Media: Agenda Setting and Sentiment Analysis
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Erwin Rasyid, Erni Saharuddin, and Zahro Varisna Rohmadani 2024 Universitas Aisyiyah Yogyakarta	Rangga Eka Sakti and Bestian Nainggolan 2023 Universitas Indonesia	Wisnu Prasetya Utomo 2022 Universitas Gadjah Mada	Markus Utomo Sukendar, Agus Susanto, Gedala Mulliah Naidoo 2025 Politeknik Indonusa Surakarta	Jonathan Jacob Paul Latupeirissa, Ni Made Wulan Cistadewi 2025 Universitas Pendidikan Nasional	Erwin Rasyid, Erni Saharuddin, and Zahro Varisna Rohmadani 2024 Universitas Aisyiyah Yogyakarta

3.	Fokus Penelitian	Bagaimana media online nasional di Indonesia membingkai dan menyusun agenda pemberitaan tentang bencana	Memahami hubungan antara penggunaan media sosial sebagai sumber informasi publik dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah di Indonesia.	Menganalisis bagaimana penyebaran hoaks di media sosial menciptakan paradoks dalam ruang publik digital di Indonesia	Menganalisis bagaimana dinamika sentimen publik terhadap calon presiden Indonesia terbentuk di platform X (Twitter) dan bagaimana strategi political branding digunakan oleh para kandidat dalam membangun citra politik mereka di ruang digital.	Mengungkap bagaimana ruang gema (echo chambers) di media sosial terbentuk dan bagaimana hal tersebut berhubungan dengan persuasi politik (political persuasion)	Bagaimana media online nasional di Indonesia membingkai dan menyusun agenda pemberitaan tentang bencana
4.	Teori	Agenda-setting Theory	Uses and Gratification Theory	Public Sphere Theory	Political Branding Theory	Polarisation dan affective	Agenda-setting Theory

						polarisation theory	
5.	Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Systematic Literature Review	Kualitatif	Systematic Literature Review	Kuantitatif
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini juga meneliti mengenai sentimen dan reaksi dari masyarakat.	Penelitian ini juga menganalisis perasaan masyarakat terhadap pemerintah	Penelitian ini juga menganalisis bagaimana sosial media dapat menciptakan giringan opini terhadap individu lainnya.	Penelitian ini juga menganalisis mengenai citra pemerintah di mata masyarakat.	Penelitian ini juga berfokus kepada dinamika dan opini publik dan bagaimana masyarakat terpengaruh oleh pesan media.	Penelitian ini juga meneliti mengenai sentimen dan reaksi dari masyarakat.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini tidak berfokus kepada sentimen terhadap pemerintah melainkan	Penelitian ini hanya berfokus kepada sosok pemerintah yang lain dan kinerja kepuasan selama	Penelitian ini hanya berfokus kepada berita-berita palsu yang beredar di media sosial dan tidak	Penelitian ini berfokus kepada pihak pemerintah yang berbeda dan menganalisis pada satu aplikasi.	Penelitian ini tidak merujuk dan berfokus kepada satu pihak melainkan secara umum, dan penelitian	Penelitian ini tidak berfokus kepada sentimen terhadap pemerintah melainkan

		terhadap bencana.	individu tersebut menjabat.	mengarah kepada politik pemerintahan.		yang dilakukan tanpa sampel yang diambil secara langsung.	terhadap bencana.
8.	Hasil Penelitian	Pemberitaan bencana di media online nasional Indonesia disusun dengan berbagai sentimen (positif, netral, dan negatif) serta menunjukkan variasi dalam penyusunan agenda pemberitaan antar portal media.	Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi publik di Indonesia menunjukkan adanya hubungan dengan kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah.	Media sosial dan ruang digital yang awalnya dipandang sebagai ruang egaliter untuk percakapan publik ternyata rentan terhadap penyebaran hoaks dan berita palsu.	Terdapat dualitas dalam branding politik: satu sisi menghadapi kritik dan nada negatif yang luas; sisi lain melakukan upaya deliberat untuk “menghangatkan” citra lewat elemen emosional, partisipatif, dan visual yang menyenangkan.	Peningkatan sikap antipati terhadap kelompok lain memperkuat persuasi politik dalam echo chambers, membuat individu lebih mudah menerima klaim yang pas dengan identitas kelompok mereka,	Pemberitaan bencana di media online nasional Indonesia disusun dengan berbagai sentimen (positif, netral, dan negatif) serta menunjukkan variasi dalam penyusunan agenda pemberitaan antar portal media.

						termasuk mis/disinformasi.	
--	--	--	--	--	--	-------------------------------	--

Melalui tabel diatas, peneliti telah mengkaji enam penelitian terdahulu yang dipilih berdasarkan relevansi topik penelitian dari peneliti. Topik-topik yang dipilih oleh peneliti sudah selaras dengan topik yang diangkat oleh peneliti, yaitu mengenai Politik dan Media sosial. Penelitian yang pertama dibahas oleh (Erwin Rasyid, 2024) pada Agustus 2024 yang dipublikasikan oleh Universitas Aisyiyah Yogyakarta membahas Disaster Reporting in Indonesian National Online Media: Agenda Setting and Sentiment Analysis. Penelitian ini membahas tentang bagaimana media online nasional Indonesia melaporkan bencana alam dan dampaknya terhadap pembentukan agenda publik serta analisis sentimen masyarakat. Untuk memahami pola pelaporan bencana, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis konten dan sentimen analisis dengan melakukan pengumpulan data dari artikel berita di platform seperti Kompas.com dan Detik.com selama periode enam bulan. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa media online memainkan peran utama dalam menetapkan agenda bencana sebagai isu prioritas nasional, dengan sentimen negatif dominan yang memengaruhi persepsi masyarakat tentang respons pemerintah dan risiko bencana. Meskipun ada halangan yang ditemukan seperti bias sensasionalisme, ketidakakuratan informasi, serta tantangan teknis dalam analisis data besar. Media online berhasil menjadi alat penting untuk meningkatkan kesadaran publik tentang bencana, meskipun perlu perbaikan dalam akurasi dan netralitas pelaporan.

Kemudian pada jurnal penelitian yang kedua dibahas oleh (Nainggolan, 2023) pada April 2023 yang dipublikasikan oleh Universitas Indonesia membahas Understanding the Role of Social Media Toward Satisfaction of Government in Indonesia. Penelitian ini membahas tentang bagaimana media sosial memengaruhi tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah di Indonesia, dengan fokus pada aspek komunikasi politik dan partisipasi digital. Untuk memahami peran media sosial, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei online dan analisis regresi dengan melakukan pengumpulan data dari responden di berbagai platform seperti Twitter dan Facebook selama periode enam bulan. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran signifikan dalam meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pemerintah melalui

transparansi informasi dan interaksi langsung, namun juga dapat menurunkan kepuasan jika terjadi penyebaran hoaks atau polarisasi opini. Meskipun ada halangan yang ditemukan seperti algoritma platform yang memicu echo chamber, keterbatasan akses internet di daerah terpencil, serta tantangan etika dalam pengelolaan data. Media sosial berhasil menjadi alat penting untuk memperkuat akuntabilitas pemerintah, meskipun perlu regulasi yang lebih ketat untuk mencegah dampak negatifnya.

Jurnal penelitian ketiga yang dibahas oleh (Utomo, 2022) pada maret 2022 yang dipublikasikan oleh Universitas Gadjah Mada menyoroti paradoks ruang publik digital di era media sosial, di mana media yang awalnya diidealkan sebagai ruang komunikasi yang terbuka dan demokratis justru menjadi tempat penyebaran hoaks dan disinformasi. Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual reflektif dengan meninjau teori ruang publik Jürgen Habermas dan mengaitkannya dengan kondisi ruang digital di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang publik digital rentan terhadap manipulasi dan polarisasi, sehingga menghambat terciptanya diskursus publik yang rasional. Meskipun demikian, penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital dan kesadaran kritis masyarakat agar ruang publik digital dapat berfungsi sebagai wadah dialog yang sehat dan inklusif.

Kemudian jurnal penelitian keempat oleh (Markus Utomo Sukendar, 2025) pada Juli 2025 yang dipublikasikan oleh Politeknik Indonusa Surakarta mengkaji bagaimana personal branding politik dibangun di media sosial bagi pemilihan presiden di Indonesia, dengan fokus pada konten pengguna (user-generated content) tentang calon presiden Prabowo Subianto di platform X (sebelumnya Twitter). Untuk memahami proses ini, peneliti menggunakan metode campuran (mixed-methods) yang menggabungkan analisis algoritmik sentimen dengan pendekatan kualitatif visual-simbolik: yaitu menggunakan algoritma Naive Bayes untuk analisis sentimen dan pengkodean visual-simbolik dari tweet, hashtag dan elemen budaya populer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat narasi pro-calon yang kuat dan penggunaan humor serta visual yang bersifat

“manusiawi”, namun sentimen negatif mendominasi dalam wacana di X. Temuan ini mengindikasikan adanya pembelahan (segmentation) audiens di ruang digital serta upaya tim kampanye dan pendukung untuk memanusiakan calon dengan strategi emosional dan partisipatif. Peneliti mencatat bahwa strategi branding politik di ruang digital bukan semata soal penyebaran pesan, melainkan soal konstruk emosional, simbolik dan budaya.

Lalu pada jurnal kelima oleh (Jonathan Jacob Paul Latupeirissa, 2025) pada Juli 2025 yang diterbitkan oleh Universitas Pendidikan Nasional mengkaji bagaimana ruang echo chamber di media sosial terbentuk dan memengaruhi persuasi politik, dengan mempertimbangkan faktor-kontekstual seperti regulasi platform, keragaman linguistik, dan dinamika budaya. Untuk mencapai ini, penelitian menggunakan metode systematic literature review mengikuti pedoman PRISMA, dengan sumber data dari database Scopus untuk mengidentifikasi tema-utama seperti kurasi algoritmik, eksposur selektif, dan polarisasi afektif. Hasilnya menunjukkan bahwa algoritma dan eksposur terbatas secara sistematis menghambat kontak dengan pandangan berbeda dan memperkuat persepsi kelompok, sementara polarisasi emosional menambah kerentanan terhadap mis-/disinformasi. Penulis menyoroti perlunya penelitian lanjut yang mengeksplorasi pendorong psikologis partisipasi echo chamber serta intervensi literasi media untuk memperkuat dialog lintas-kelompok.

Kemudian untuk Jurnal internasional yang terakhir oleh (Hansson, 2024) pada Maret 2024 yang diterbitkan oleh *University of Tartu*, Estonia mengkaji bagaimana pejabat pemerintah menggunakan strategi komunikasi yang bersifat koersif-tidak sopan (coercive impoliteness) sebagai bagian dari mekanisme penghindaran kesalahan (blame avoidance). Penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif diskursif historis (discourse-historical approach) dengan contoh dari pesan institusional pemerintah di beberapa negara (termasuk AS, UK, Estonia, Rusia) untuk menunjukkan bagaimana serangan terhadap “wajah” (face) kritikus—seperti melalui sarkasme atau kesopanan tiruan—dapat digunakan untuk menekan kritik lanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan impoliteness

yang terstrategi bukan hanya bentuk retorika agresif, tetapi juga bagian dari upaya struktural untuk menghindari akuntabilitas dan mengelola persepsi publik. Penulis menyoroti bahwa praktik ini memiliki implikasi etis yang signifikan terhadap kualitas debat demokratis dan ruang publik komunikasi pemerintahan.

Berdasarkan keseluruhan dari keenam jurnal terdahulu yang sudah dibahas maka peneliti menyimpulkan bahwa media digital memiliki peran sentral sekaligus paradoksal dalam membentuk komunikasi publik, politik, dan pemerintahan di era modern. Media sosial dan media online terbukti menjadi sarana penting dalam membangun partisipasi publik, transparansi, serta mobilisasi sosial. Namun, di sisi lain, berbagai penelitian juga menunjukkan sisi gelap dari ruang digital — seperti penyebaran hoaks, polarisasi, bias informasi, dan strategi komunikasi koersif. Dapat disimpulkan bahwa era digital menuntut literasi media, transparansi informasi, dan etika komunikasi publik yang lebih kuat. Ruang digital perlu diarahkan bukan sekadar untuk penyebaran informasi atau pencitraan politik, tetapi juga untuk memperkuat kualitas dialog publik, akuntabilitas pemerintahan, dan kesadaran kritis masyarakat terhadap dinamika komunikasi yang semakin kompleks dan berlapis di media sosial maupun media daring.

2.2 Landasan Teori

Analisis resepsi merupakan proses bagaimana menerima, menafsirkan, dan merespons pesan atau informasi yang disampaikan melalui berbagai media komunikasi. Pesan yang disampaikan dipengaruhi apa yang dibangun oleh media. Isi pesan ditulis dalam simbol atau tanda yang dimaknai sebagai *preferred reading* dari sebuah media. Pesan tersebut dimaknai secara subjektif oleh penerima pesan berdasarkan pengalaman atau peristiwa yang pernah dialami. (Raisa Zakiah, 2022)

Dalam zaman modern, teori ini dapat membantu mengubah pandangan dari "*hipodermik needle*" menjadi proses negosiasi makna, yang berarti relevan untuk studi media modern seperti media sosial.

Teori Hall membagi proses komunikasi menjadi dua tahap utama:

- Encoding: Proses di mana pengirim menyusun pesan menggunakan budaya dominan seperti seleksi elemen (apa yang diceritakan), organisasi (bagaimana disusun), produksi (cara penyampaian seperti stasiun TV). Encoding sangat dipengaruhi oleh ideologi dari pengirim, sehingga pesan mencerminkan pandangan dari pengirim.
- Decoding: Proses di mana audiens secara aktif memaknai dan menginterpretasikan pesan berdasarkan “framework of knowledge” mereka sendiri. Audiens bukan hanya sebagai penerima pasif namun mereka membawa pengalaman pribadi untuk membaca pesan yang dapat menghasilkan makna yang berbeda dari tujuan awal yang dimaksudkan.

Hall mengidentifikasi ada tiga posisi utama dalam audiens saat mendekode pesan yaitu:

- Posisi Dominan/Hegemonik: Posisi dimana audiens menerima pesan sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh pengirim tanpa tantangan. Makna diterima karena dianggap selaras dengan budaya pengalaman audiens.
- Posisi Negosiatif: Posisi dimana audiens menerima pesan tetapi tetap menyesuaikannya dengan pengalaman budaya pribadi sendiri. Mereka mengakui elemen yang dominan namun menambah interpretasi sendiri.
- Posisi Oposisional: Posisi dimana audiens menolak total makna dominan dan membaca pesan secara bertentangan. Hal ini sering terjadi pada kelompok marginal yang menantang ideologi dari pengirim.

Teori ini secara garis besar menekankan bahwa kekuasaan dalam komunikasi adalah siapa yang mengontrol *encoding*, namun *decoding* membuka ruang untuk resistensi. Dalam konteks modern saat ini, analisis resepsi dapat dipakai untuk melihat kondisi

masyarakat terhadap isu politik, di mana media sosial dapat memperkuat posisi negosiasi dan oposisional. (Hall, 1973)

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Komunikasi Politik

Komunikasi politik bisa diartikan sebagai serangkaian interaksi di mana terdapat informasi-informasi politik. Di dalam komunikasi politik, terlibat berbagai pihak atau tokoh politik yang bertindak sebagai pengirim atau penerima pesan. Selain itu, informasi politik dan media yang terlibat berkaitan dengan tujuan utama dari politik yaitu penguasaan. Dalam proses komunikasi politik, informasi tersebut tidak selalu harus bersifat megah atau memiliki arti yang sangat dalam. Walaupun terdengar sebagai komunikasi yang berbahasan dan memiliki pesan formal, namun dalam praktiknya komunikasi politik dekat dengan kehidupan sehari-hari. Tidak ada manusia satupun yang tidak terlibat dalam situasi komunikasi politik, bahkan tidak jarang bila seseorang telah melakukan komunikasi politik dan tidak menyadarinya. (Rifda, 2021)

Menurut Mueller (1973) Menginterpretasikan komunikasi politik sebagai sesuatu yang membawa muatan politik, jika fokus pada hasil yang diperoleh. Di sisi lain, apabila komunikasi politik didefinisikan dengan memberi perhatian pada perannya dalam sistem politik, maka ia merujuk pada interaksi yang berlangsung dalam suatu sistem politik serta interaksi tersebut dengan lingkungan di sekitarnya.

Kemudian menurut Cangara pada bukunya yang berjudul “Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi” menyebutkan bahwa komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Komunikasi politik berfungsi sebagai penyambung dari sistem politik termasuk partai politik, sehingga kepentingan, aspirasi, dan pesan yang disalurkan tersebut

dapat diubah menjadi suatu kebijakan. Oleh karena itu, komunikasi politik secara keseluruhan sulit untuk dipahami, terkecuali jika dikaitkan dengan dimensi politik dalam segala aspek dan segala problematikanya. (Cangara, 2016)

Sedangkan menurut Cecep Suryana dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Politik Dan Praktik” menyebutkan bahwa sama seperti tujuan komunikasi, tujuan komunikasi politik juga sekadar menyampaikan pesan politik, membentuk citra politik, membentuk persepsi publik dan mengelola pendapat serta menangkis tuduhan lawan politik. (Suryana, 2018)

Dalam buku “Pengantar Komunikasi Politik” oleh Brian McNair, komunikasi politik merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi supaya meraih tujuan tertentu. McNair berkata bahwa komunikasi politik tidak sekadar sebagai interaksi antara tokoh politik dengan pemilih untuk mencapai sasaran tertentu, tetapi juga diarahkan kepada para politisi dan pembaca kolom surat kabar, serta komunikasi mengenai para pelaku politik dan kegiatan mereka, seperti yang tercermin dalam berita, artikel editor, dan bentuk-bentuk diskusi politik lainnya. (McNair, 2016)

Sedangkan menurut Nimmo dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi politik: komunikator, pesan dan media” Komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan, dan tindakan publik terkait dengan persoalan-persoalan politik. (Nimmo, 1989)

2.3.2 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform online yang menawarkan sarana untuk berinteraksi sosial secara virtual bagi para penggunanya. Terdapat berbagai aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, seperti berkomunikasi dengan pengguna lain, berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, atau video.. Manusia modern saat ini sangat tidak luput dengan penggunaan media sosial, bahkan menurut data dari (Goodstats, 2025)

orang Indonesia sendiri menghabiskan waktu 188 Menit sehari dalam menggunakan media sosial. Hal ini di atas rata-rata durasi global yaitu 141 menit.

Menurut Syamsuddin (2022) Mengatakan bahwa platform sosial adalah jenis media online, di mana penggunanya dapat dengan gampang berkontribusi, mendistribusikan, dan memproduksi konten yang mencakup blog, jaringan sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Sementara itu, menurut Nasution (2020) menyatakan bahwa platform sosial digunakan untuk tujuan berinteraksi sosial. Media sosial memanfaatkan teknologi yang berbasis ponsel serta aplikasi dan situs web untuk membentuk ruang interaktif bagi individu dalam berkomunikasi, mendistribusikan, berkolaborasi, dan mengedit konten yang dihasilkan. Media sosial akan membangun dan menciptakan hubungan antar penggunanya, interaksi yang dilakukan beragam seperti berbagi informasi, berita, mengungkapkan pendapat pribadi, serta banyak hal lainnya.

Menurut Nasrullah dalam karyanya yang berjudul "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi", ia menguraikan bahwa media sosial adalah platform yang didasarkan pada internet yang memberikan pengguna kesempatan untuk ikut serta, membagikan, dan menghasilkan konten, entah itu berupa teks, gambar, video, atau audio, dalam ruang online. Media sosial memungkinkan komunikasi yang berlangsung secara timbal balik dan membuka peluang bagi pengguna untuk berinteraksi secara proaktif. (Nasrullah, 2015)

Kemudian, dalam karya yang ditulis Sobur dengan judul “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi”, dijelaskan bahwa media sosial merupakan platform digital yang berfungsi sebagai sarana untuk interaksi sosial, penyampaian informasi, dan kolaborasi yang berbasis pada jaringan. Sobur juga menekankan bahwa media sosial

menciptakan pola komunikasi yang lebih horizontal dibandingkan dengan media konvensional. (Sobur, 2018)

Di sisi lain, Agus dalam bukunya yang berjudul “Buku Teknologi Komunikasi dan Informasi” juga menekankan bahwa media sosial merupakan bagian dari perubahan teknologi yang mendorong transformasi besar dalam cara manusia berkomunikasi, baik di kehidupan pribadi maupun profesi. (Suparno, 2017)

Selanjutnya, Kurniawan dalam bukunya yang berjudul “Strategi Digital Marketing” menyebutkan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai saluran promosi yang efektif, karena pengguna dapat mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan cara pemasaran tradisional. (Kurniawan, 2020)

Dalam buku berjudul “Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions Among College Students” karya Bobbi Kay Lewis, sosial media dijelaskan sebagai suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. (Lewis, 2009)

Sosial media tidak hanya merubah manusia dalam berkomunikasi namun komunikasi dalam kaitannya dengan unsur politik dan demonstrasi dapat membuat suatu giringan opini. Media sosial dapat menjadi alat bagi individu untuk mengutarakan pendapatnya dan hal itu bisa berbeda dengan individu yang lainnya, maka dari itu konflik di sosial media pun menjadi hal yang sering dilihat saat ini. (Tiara Apriyani, 2021)

2.3.3 Demonstrasi

Dalam karya Asyhar Hidayat yang berjudul “Buku Ajar Pancasila”, dijelaskan bahwa secara etimologi, istilah demokrasi berasal dari bahasa

Yunani, yaitu kata demos yang berarti rakyat dan cratos yang berarti kekuasaan atau kedaulatan. Gabungan kedua kata tersebut menghasilkan istilah demokrasi, yang secara umum menggambarkan pemerintahan yang dikelola oleh rakyat (government of people), di mana kekuasaan tertinggi berada di tangan rakyat dan dilaksanakan secara langsung oleh mereka. Secara substansial, demokrasi adalah seperti yang diungkapkan oleh Abraham Lincoln, yaitu sebuah pemerintahan yang berasal dari rakyat, dikelola oleh rakyat, dan untuk kepentingan rakyat. Kekuasaan tertinggi terletak pada keputusan yang diambil oleh rakyat, di mana rakyat memiliki kekuasaan, dan adanya pemerintahan serta kekuasaan yang dijalankan oleh rakyat. (Hidayat A. , 2018)

Dalam hal ini Demonstrasi merupakan salah satu contoh nyata dan manifestasi dari adanya demokrasi seperti kebebasan berkumpul dan berpendapat. Dalam demokrasi, demonstrasi memungkinkan rakyat untuk memengaruhi kebijakan pemerintah tanpa kekerasan sistemik. Demonstrasi telah menjadi bagian integral demokrasi sejak Revolusi Prancis (1789) atau Gerakan Hak Sipil AS (1954). Di Indonesia, demonstrasi seperti Reformasi 1998 menunjukkan bagaimana aksi massa mendorong perubahan demokratis.

Demonstrasi mengacu pada dua pengertian yaitu menunjukkan sesuatu dan adanya tindakan oleh orang banyak. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah “demonstrasi” memiliki dua makna; yang pertama adalah tindakan protes yang diungkapkan secara bersama-sama, serta bisa juga diartikan sebagai aksi unjuk rasa. Kedua, demonstrasi diartikan sebagai peragaan, simulasi, atau pertunjukan yang menampilkan cara dalam melakukan atau menyelesaikan suatu hal. (detikedu, 2024)

Dalam karya "Pengantar Ilmu Sosial" yang ditulis oleh Ryan Taufika dan Baihaqi Siddik Lubis, dijelaskan bahwa unjuk rasa adalah

tindakan sekelompok individu yang dengan bersama-sama mengekspresikan dukungan atau keberatan sebagai wujud dari ketidakpuasan atau penolakan. (Ryan Taufika, 2022)

Kemudian dalam buku “Buku Ajar Analisis Publik” karya Achmad Nur Hidayat, demonstrasi diartikan sebagai bentuk ekspresi publik yang dipakai masyarakat untuk menyuarakan ketidakpuasan atau menuntut adanya perubahan kebijakan. (Hidayat A. N., 2024)

Fenomena demonstrasi ini seringkali dilihat dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks rakyat dengan pemerintah. Masyarakat melakukan demonstrasi ketika suara mereka dianggap tidak didengar atau kepentingan mereka diabaikan oleh pemerintah.

Tujuan dari dilakukannya demonstrasi adalah mengkomunikasikan atau menyatakan pendapat yang umumnya bertentangan dengan pemerintah atau oposisi guna menegakkan hak dalam bernegara dan berdemokrasi.

Kegiatan demonstrasi juga resmi dilindungi oleh negara sebagai suatu kegiatan sah yang boleh dilakukan. Aturan tersebut tertera dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1998 tentang Kemerdekaan Menyampaikan Pendapat di Tempat Umum.

Demokrasi dalam kaitannya dengan komunikasi adalah cara dan sarana bagi masyarakat untuk mengkomunikasikan keluhan, harapan, kritik, bahkan sebagai simbol komunikasi nonverbal terhadap perlawanan ke pemerintah. Sebagai bentuk secara massal, strategi komunikasi yang dilakukan dalam demonstrasi adalah untuk menarik perhatian dan menyalakan api terhadap isu-isu kebijakan yang merugikan dan mempengaruhi keadilan dari rakyat. (Kompas, 2024)

2.3.4 Generasi Z

Generasi Z merupakan segmen demografis yang muncul setelah generasi milenial dan sebelum generasi alfa. Sesuai dengan penelitian yang

dilakukan oleh Dimock pada tahun 2019 dari Pew Research Center, Gen Z terdiri dari individu yang lahir pada antara tahun 1997 hingga 2012, periode yang menunjukkan stabilitas dalam aspek sosioekonomi serta kemajuan pesat dalam teknologi informasi. Generasi ini juga dikenal sebagai iGeneration karena keterikatan yang kuat dengan dunia digital. Pada tahun ini, anggota tertua dari generasi ini berusia 26 tahun, sedangkan yang termuda berusia 11 tahun. Ini menunjukkan bahwa mereka berada dalam fase remaja awal dan juga awal dewasa. (Hardey, 2007)

Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki tingkat keterhubungan dan ketergantungan pada teknologi yang sangat tinggi. Mereka adalah individu yang dilahirkan pada saat ponsel dan komputer sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kelompok ini tidak bisa terpisahkan dari dunia maya dan dunia nyata, serta sangat bergantung pada internet sepanjang waktu. Menurut (Henderson, 2023), terdapat minimal tujuh karakteristik yang menjadikan generasi Z sebagai digital native generation, yaitu fokus pada uang dan memiliki ambisi yang besar, menyukai petualangan, rentan menghadapi kecemasan, cenderung menetapkan batasan yang jelas, ahli dalam bermain game online, memiliki ketertarikan terhadap nostalgia, serta memanfaatkan media sosial dengan beragam cara.

2.3.5 Retorika

Menurut (Hendrikus, 1991), Retorika merupakan seni dalam berbicara dengan baik, yang digunakan dalam interaksi komunikasi di antara manusia. Seni berbicara ini tidak hanya sekadar berbicara dengan lancar tanpa adanya alur pemikiran yang jelas dan tanpa substansi, melainkan adalah suatu keterampilan dalam berbicara dan memberikan pidato. Kemudian menurut W.S Roberts, seorang ahli retorika yang menerjemahkan buku Retorika Aristoteles dalam buku (Dhanik Sulistyarini, 2020) mengemukakan bahwa a. Retorika merupakan keterampilan untuk

menarik perhatian orang lain melalui lisan, dengan menyusun elemen percakapan sedemikian rupa supaya mendapatkan tanggapan dari audiens.

b. Retorika adalah kemampuan yang mengajarkan prinsip dasar penggunaan bahasa yang efisien.

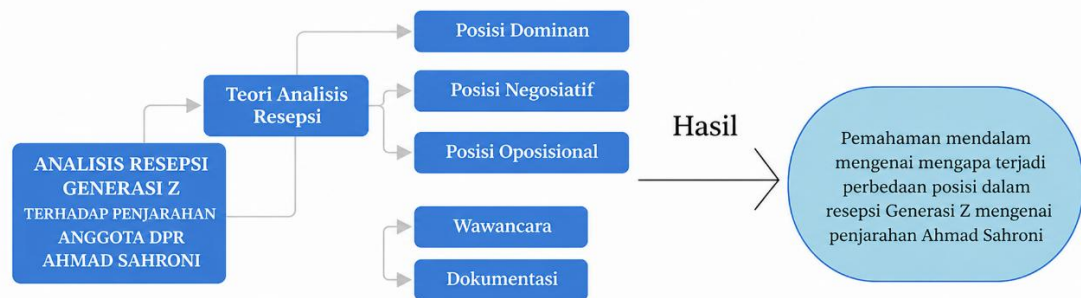
c. Retorika adalah keterampilan berbicara yang mampu mempengaruhi dan sekaligus memberikan informasi yang logis kepada orang lain.

d. Retorika adalah usaha dalam memilih cara penyampaian yang efektif dengan metode lainnya yang dapat memikat.

e. Retorika adalah konsep atau ide untuk membujuk.

Lalu menurut Sulistyarini & Zainal dalam buku (Relly Anjar Vinata Wisnu Saputra, 2024) , Retorika adalah ilmu atau seni dalam berkomunikasi dengan cara yang efektif dan mampu memengaruhi orang lain dengan menggunakan bahasa yang bisa meyakinkan. Dalam situasi berkomunikasi tersebut, tujuan utama orang yang berkomunikasi adalah memberi informasi yang diharapkan bisa diketahui, dimengerti, dan diterima oleh penerima pesan. Pesan tersebut disampaikan dengan cara yang meyakinkan, dengan mengupayakan berbagai kemungkinan metode terbaik agar pesan komunikasi tersebut dapat disampaikan secara efektif. Pendengar juga memilih kemungkinan tersebut agar bisa memahami pesan yang disampaikan. Memilih kalimat yang paling tepat adalah ciri khas dalam berretorika. Dalam proses memilih kalimat tersebut, penulis atau pembicara mempertimbangkan dengan saksama sejauh mana ungkapan itu bisa meyakinkan orang lain.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Peneliti (2026)

Kerangka pemikiran tersebut dirancang dengan menghubungkan teori analisis resepsi dengan kejadian penjarahan anggota DPR Ahmad Sahroni yang terbagi menjadi tiga posisi. Teori tersebut akan menghasilkan posisi yang berbeda-beda yaitu posisi dominan dimana masyarakat mendukung terjadinya penjarahan tersebut tanpa tantangan, kemudian posisi negosiatif dimana masyarakat mendukung terjadinya penjarahan Ahmad Sahroni namun jangan sampai menjarah masyarakat sipil, kemudian posisi oposisional dimana masyarakat menolak terjadinya penjarahan karena penjarahan merupakan tindakan yang melawan hukum dan di cap sebagai kekerasan.