

ANALISIS PERILAKU POLITIK GENERASI MILENIAL DAN Z INDONESIA DALAM VIRTUAL SPHERE

Wahyudi¹, Mohammad Jafar Loilatu²

¹Program Studi Sosiologi, Universitas Muhammadiyah Malang

²Jusuf Kalla School of Government, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: wahyudiwinarjo64@umm.ac.id

Artikel histori:

Submit: 10-09-2023

Revisi: 25-09-2023

Diterima: 03-10-2023

Terbit: 22-10-2023

Kata Kunci:

media sosial,
public sphere,
virtual sphere,
prilaku politik,
generasi milenial dan z.

Korespondensi:

wahyudiwinarjo64@umm.ac.id

Abstrak: *Quantitatively, penetration of Indonesian internet and social media users has increased sharply in the last two years, because it is ranked third in the world. Social media has become a new form of public sphere which is then called the virtual sphere. Social media as a virtual sphere is used by the millennial and Z generations to respond, criticize and build public opinion related to political issues in Indonesia. This research aims to determine the development of political behavior of the Indonesian millennial and Z generation in the virtual sphere. The theoretical basis used is Jurgen Habermas's public sphere theory and Papacharissi's Virtual Sphere theory. The results of the analysis show that the political behavior of the millennial and Z generations in the virtual sphere is influenced by their respective backgrounds. The behavior of the Indonesian millennial and Z generations tends to be impolite. The younger generation tends to carry out cyberbullying, hate speech, hoaxes and character assassination against parties who have different political views.*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Public sphere (Habermas, 1984; Hohendahl, 2014) merupakan konsep normatif yang ideal yang mengambil spirit Frankfurt Schools (Surin, 2022) yang digagas sebagai ruang diskursif yang komunikatif antar anggota masyarakat secara dinamis dan terbuka sebagai respon atas kebijakan publik yang dibuat oleh negara. Public sphere merupakan ruang pertemuan antara warga masyarakat sebagai anggota civil society dengan state. Public sphere itu idealnya dapat diakses oleh seluruh anggota masyarakat tanpa batas posisi klasnya. Namun dalam kenyataannya, pada abad ke-18 lalu, public sphere hanya dapat diakses oleh para kaum laki-laki dari kelompok borjuis yang berasal dari klas menengah profesional dan kaum akademisi saja. Sementara itu, para wanita, etnis minoritas, dan klas pekerja tidak dapat berpartisipasi dalam public sphere karena alasan status sosial

dan ekonomi mereka. Pada waktu itu tidak setiap orang dapat berpartisipasi, dan tidak pula memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pemikirannya dalam perdebatan yang berlangsung di public sphere. Public sphere yang digagas oleh Jurgen Habermas tidak menggambarkan realita praktek demokrasi liberal yang sedang berlangsung di Eropa kala itu (Gestrich, 2006), namun lebih bersifat utopis layaknya tradisi teori kritis (Misgeld, 1984).

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi sejak abad ke-20, gerakan modernisasi membawa dampak perubahan pada semua bidang kehidupan, termasuk di dalamnya berupa transformasi struktur public sphere. Telah terjadi perubahan struktur dan peran media, diantaranya adalah terjadinya delegitimasi media. Fenomena ini disebut dengan 'refeudalisation' of power, yakni the growth of the culture industries yang dikontrol oleh private companies dan media (Hohendahl, 2014). Meskipun mungkin Habermas kecewa terhadap perkembangan struktur public sphere, namun harus diakui secara obyektif, bahwa modernisasi dan globalisasi justru memiliki kontribusi positif pada lahirnya new form of public sphere, yaitu virtual sphere, suatu ruang perdebatan public yang berlangsung di alam virtual melalui internet dan aplikasi media sosial (Papacharissi, 2020). Transformasi struktur public sphere ini menjadi angin segar bagi seluruh anggota masyarakat untuk turut berpartisipasi pada forum debat public, dengan tanpa dibatasi oleh klas sosial, etnis, jenis kelamin, dan profesinya (Çela, 2015; Losifidis, 2011; Papacharissi, 2020).

Keterbukaan ruang publik sangat diperlukan, sehingga dapat berkontribusi pada upaya pengembangan civil society (Bimber & Gil de Zúñiga, 2020) sebagai komponen utama masyarakat, selain state, and market. Public sphere dapat berfungsi sebagai alat control terhadap serangkaian kebijakan public yang dibuat oleh state melalui forum-forum diskursif yang terlembaga. Dalam public sphere, peoples memiliki kebebasan menyampaikan pendapatnya sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat atau the rules of law yang ada. Meskipun dalam satu sisi public sphere mendapat apresiasi yang tinggi dari para kaum modernis, namun pada sisi lain public sphere juga mendapat serangan yang tajam dari para postmodernist (Villa, 1992) karena wilayah publik tersebut tetap saja belum mampu memberikan ruang debat publik yang benar-benar terbuka, dan tanpa tekanan dari kekuasaan, baik dari Negara maupun dari pasar. Gambaran public sphere-nya terlalu normatif, dan tidak menggambarkan realita yang sebenarnya.

Negara dengan sistem demokrasi yang baik akan dibarengi oleh partisipasi masyarakat yang baik pula dalam membangun opini publik tentang satu isu yang sedang berkembang (Dahlberg, 2005). Dalam praktek politik, acapkali interaksi antar manusia di ruang publik tidak menghiraukan serangkaian nilai dan norma yang berlaku (Adut, 2012), sehingga para aktor politik dapat saja berbicara tentang suatu isu politik tertentu, tetapi isi atau konten dan cara penyampaian gagasannya tersebut di luar koridor norma masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia sering memberikan label, bahwa politik itu kotor, karena cenderung mengabaikan nilai dan norma moral sosial. Para aktor politik cenderung menghalalkan segala cara demi mewujudkan ambisi politiknya. Pola perilaku seperti ini tentu kontra produktif dengan ide Habermas tentang perlunya tindakan komunikatif dalam public sphere.

Pada era revolusi 4.0, teknologi informasi menjadi panglima kehidupan manusia. Determinasi teknologi informasi telah mempengaruhi perubahan sosial

dalam semua aspek, termasuk di dalamnya pengaruh terhadap bentuk public sphere. Jika sebelumnya pertemuan manusia itu berlangsung di public sphere secara phisik, maka sekarang pertemuan itu berlangsung di ruang virtual. Public sphere tidak hilang sama sekali, namun bentuknya sudah lebih banyak digantikan oleh virtual sphere (Papacharissi, 2020) sebagai ruang pertemuan baru bagi publik. Pergeseran bentuk dari public sphere menjadi virtual sphere juga terjadi dalam praktek politik praktis. Pada virtual sphere inilah, manusia berinteraksi dan membangun opini publik sebagaimana mereka kehendaki (Mazali, 2008). Persinggungan ini terjadi di ruang digital dimana era itu disebut sebagai digital democracy (Loader & Mercea, 2011).

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui terdapat transisi atau perubahan dalam bentuk public sphere. Awalnya dikenal sebagai ruang interaksi sosial antar orang di wilayah publik, dimana para actornya dapat secara langsung melakukan face to face communication (Habermas, 1974), namun sekarang berubah menjadi ruang interaksi social di ruang virtual. Secara esensial, perubahan bentuk public sphere tersebut tidak jauh berbeda dari konsep awal dari Habermas. Aspek yang membedakannya adalah terletak pada media komunikasinya, dimana pada virtual sphere, interaksi sosial dari para aktor ruang virtual melalui aplikasi teknologi komunikasi dan informasi internet serta media sosial (Papacharissi, 2020). Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi tersebut juga turut mempengaruhi perkembangan teori sosial dalam memberikan pemahaman yang baru tentang konsepsi public sphere.

Perubahan bentuk public sphere menjadi virtual sphere sebagaimana dipaparkan di atas, menyebabkan terjadinya transformasi struktural dari pelaku atau actor public sphere (Dahlberg, 2005). Pada fase perkembangan public sphere, para aktor yang berinteraksi relatif berasal dari mereka yang memiliki kelas sosial yang sama, baik pada public sphere tradisional, maupun public sphere modern. Sedangkan pada fase perkembangan virtual sphere, para pengguna media sosial tidak dibatasi oleh kesamaan kelas (Gestrich, 2006). Ruang tanpa batas kelas tersebut memberikan kesempatan kepada siapa saja untuk menebar serangkaian isu sosial serta sekaligus membangun opini publik sebagaimana mereka kehendaki. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat dahsyat seperti inilah yang kemudian mempengaruhi bentuk sekaligus fungsi public sphere.

Perubahan bentuk dan fungsi dari public sphere menjadi virtual sphere sebagaimana dijelaskan di atas, memberikan ruang dan peluang bagi para educated peoples yang tentu lebih memiliki literasi teknologi komunikasi dan informasi yang tinggi untuk memanfaatkannya sesuai dengan interes yang mereka miliki, diantaranya adalah untuk melakukan diskusi publik. Oleh karena itu, kita semua sekarang melihat maraknya diskusi publik yang diselenggarakan di alam virtual daripada di alam nyata. Dalam kaitannya dengan kepentingan politik praktis, baik public sphere maupun virtual sphere sama-sama memiliki fungsi sebagai wilayah untuk membangun opini publik. Dalam pandangan sosiolog seperti John Stuart Mill dan James Madison, perubahan bentuk public sphere menjadi virtual sphere tersebut telah menciptakan fenomena liberal public sphere (Rowland, 2006). Anggapan ini muncul dari perspektif teori liberal USA tentang representasi politik. Meskipun demikian pandangan ini tidak berbanding lurus dengan negara-negara seperti Indonesia. Sistem keterwakilan Indonesia bukan sebagai aspek majority, sehingga tidak ada primer actor yang mewakili kelompok tertentu semata melainkan keseluruhan.

Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet tertinggi, tahun 2018 pengguna internet Indonesia 171,17 juta jiwa dari populasi 264,16 juta jiwa, artinya terdapat 64,8% penduduk Indonesia aktif menggunakan internet. Pada tahun 2020 naik menjadi 196,71 juta jiwa pengguna dari populasi 266,91 juta jiwa, atau terdapat 73,7% penduduk Indonesia yang aktif sebagai pengguna internet (APJII, 2018, 2020a). Kontribusi pengguna paling tinggi berada di Pulau Jawa 56,4%, Sumatra 22,1%, Sulawesi 7,0%, Kalimantan 6,3%, Bali dan Nusa Tenggara 5,2%, Maluku dan Papua 3,0% (APJII, 2020b). Dari total pengguna tersebut, terdapat 51,5% pengguna internet Indonesia yang aktif mengakses media sosial, dan 32,9% yang mengakses internet untuk kebutuhan komunikasi (APJII, 2022).

Jumlah pengguna internet yang tinggi mendorong terjadinya interaksi sosial secara terbuka di media sosial. Bahwa tingginya interaksi sosial yang berlangsung di media sosial itu otomatis memiliki efek positif, sekaligus juga negative. Indonesia dalam laporan Microsoft sebagai negara dengan pengguna internet yang tidak ramah, memiliki indeks kesopanan paling buruk se Asia Pasifik dengan skor 83% (Microsoft, 2021). Diantara beberapa negara Asia Pasifik lainnya Indonesia, menjadi negara dengan indeks kesopanan paling buruk. Hal ini disebabkan oleh interaksi masyarakat Indonesia di media sosial dengan mengabaikan sikap saling menghormati antara satu sama lainnya. Menurut laporan Microsoft indeks ini didasari oleh sikap pengguna media sosial Indonesia yang sering melakukan bully, discrimination, hate speech dan menebarkan hoax.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat cepat, mempengaruhi perubahan sistem tata kelola pemerintahan, dan pembaharuan prinsip-prinsip demokrasi, serta membuka peluang setiap anggota masyarakat untuk aktif di dalamnya, yang mana salah satunya adalah keaktifan masyarakat di berbagai media sosial. Penetrasi pengguna internet Indonesia yang tinggi dengan jumlah akses internet mencapai 4-5 jam dalam sehari menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat aktif di dunia maya terutama media sosial (APJII, 2020b). Suatu Negara yang telah memiliki tradisi demokrasi yang kuat, akan memberikan ruang partisipasi masyarakat yang luas. Masyarakat sipil tidak lagi tergantung pada state, namun tidak jarang pula sebagian pengguna media sosial tersebut memanfaatkan ruang kebebasan dalam virtual sphere itu dengan tindakan yang negative, sehingga dapat menjadi trigger terjadinya konflik sosial. Tindakan semacam ini melahirkan fenomena virtual enemy (Dahlberg, 2005).

Beberapa kajian terakhir telah medeskripsikan perubahan dari public sphere menjadi virtual sphere. Realita tentang media sosial yang sekarang ini telah menjadi tempat pertemuan publik tersebut disebut dengan new form of public sphere (Çela, 2015) yang secara sosiologis juga menjadi new social capital yang salah satu fungsinya adalah untuk mobilisasi opini publik dan menciptakan diskursus baru. Komunitas dari para pengguna media sosial tersebut merupakan kelompok yang mampu mendiseminasikan informasi baru secara cepat, sekaligus juga membangun opini publik tentang realita relasi kelompok mayoritas dan minoritas dalam suatu masyarakat (Khamis & Sisler, 2010). Biasanya opini publik ini dimobilisasi oleh kelompok yang aktif di media sosial, yang mana umumnya mereka adalah anak muda yang berkeinginan untuk memperdebatkan isu-isu politik secara terbuka di virtual sphere. Budaya politik yang dikembangkan melalui virtual sphere tersebut merupakan fenomena baru di era kontemporer (Rycroft, 2007). Selain istilah public sphere yang berubah menjadi virtual sphere, atau new form of public sphere, ada pula yang menyebutnya sebagai multiple public sphere (Rauchfleisch &

Schäfer, 2015), atau multilayer sphere (Losifidis, 2011) karena ia memiliki fungsi untuk membangun berbagai macam opini publik sesuai dengan tujuan para aktor sebagai pengguna yang terlibat dalam perbincangan di media sosial tersebut sesuai dengan social network yang terbentuk (Kahne & Bowyer, 2018).

Sebagai negara dengan tingkat pengguna internet tertinggi ketiga di dunia dengan rata-rata pengguna 212,35 juta jiwa di bawah India dengan jumlah pengguna internet 755,82 dan Tiongkok 989,08 juta jiwa (Internet World Stat, 2021) dan negara dengan kategori pengguna media sosial tidak sopan di Asia Pasifik, maka penelitian bertujuan untuk melakukan analisis dengan eksplorasi terhadap perkembangan pengguna media sosial media Indonesia. Penelitian ini merujuk pada pandangan tentang transformasi struktur public sphere yang menjadi virtual sphere (Papacharissi, 2020) melalui media sosial (Çela, 2015; Mazali, 2008).

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif merupakan *mode of thinking* yang berfungsi untuk mengkategorisasikan data dan item-item temuan penelitian, serta menganalisisnya dengan landasan teori sekaligus konsep-konsep pokok yang dipergunakan dalam penelitian tersebut (Freeman, 2016). Pendekatan kualitatif dianggap sebagai pendekatan yang kontemporer karena fokus pada sumber data yang diperoleh melalui pengalaman penelitian melalui interview, observasi, dan dokumentasi (Dowling et al., 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggali informasi yang sesuai dari dokumen-dokumen aktivitas pengguna media sosial untuk menganalisa fenomena transformasi struktural public sphere menjadi virtual sphere.

Penelitian ini menggunakan data laporan resmi yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Global Web Index (WBI). Proses analisa data diidentifikasi dengan melihat kondisi digital sphere di Indonesia, untuk memahami perilaku pengguna media sosial di Indonesia. Menurut (Mohajan, 2018) cara ini lebih eksplisit dalam menganalisa fenomena dan teori, sehingga menghindari penggunaan data yang bias dan tidak relevan di dalamnya. Pendekatan kualitatif dengan mengeksklore perilaku dan interaksi masyarakat di ruang digital menerjemahkan data dan fenomena secara baik sebagaimana konsep (Freeman, 2016) dalam mengidentifikasi item dan criteria dalam temuan. Tahap selanjutnya adalah menjawab tujuan penelitian yang spesifik, Arntsen & Waldrop, (2018) menggambarkan fenomena dan data yang mengatasi secara empiris empirical analysis.

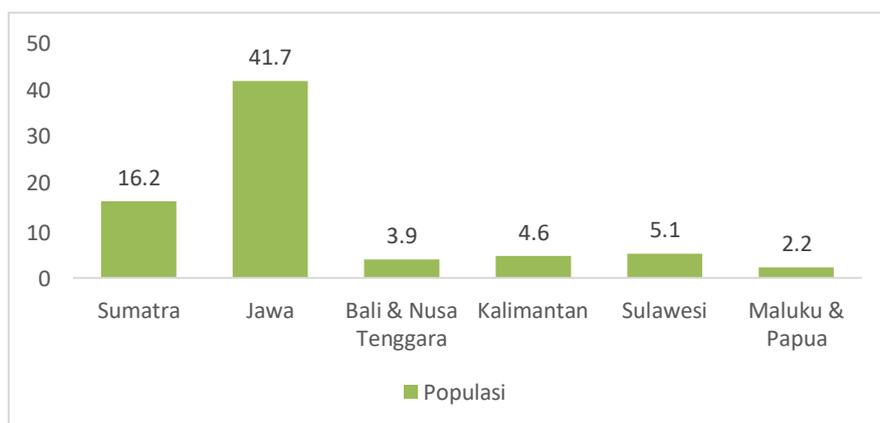
PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya proses transformasi struktural public sphere menjadi virtual sphere (Papacharissi, 2020). Transformasi struktural ini tidak merubah esensi dari fungsi public sphere, yakni sama-sama untuk mengkritisi dan/atau mempengaruhi kebijakan publik atas dasar argumentasi serta tawaran berbagai alternatif solusi yang terbangun dalam forum diskursif public tersebut. Meskipun demikian, oleh karena karakter ruang diskusinya berbeda, maka tentu akan memberikan dampak pada hasil diskusi yang berbeda pula, baik bagi publik, pemerintah, serta kualitas opini maupun kebijakan publik yang dihasilkan. Secara alamiah, setiap program kegiatan yang dibuat oleh manusia akan selalu memberikan dampak positif maupun negatif (Siddiqui & Singh, 2016).

Setiap teknologi baru, maka ia akan menciptakan ruangnya sendiri yang baru pula, termasuk di dalamnya *social media* (Mazali, 2008). Media sosial adalah *tools* baru yang dapat dipergunakan untuk mendiskusikan dan membangun public opinion yang terkait dengan isu, ide atau masalah tertentu. Masyarakat Indonesia sebagai salah satu pengguna media sosial tertinggi di dunia dengan menduduki peringkat ketiga di dunia, menjadi salah satu negara yang para pengguna internet dan media sosialnya memiliki tingkat interaksi di sosial media yang tinggi. Hal ini mejadi salah satu penyebab isu-isu politik dan berbagai kebijakan publik di Indonesia dapat dengan mudah dilihat melalui data interaksi para pengguna di media sosial. Para pengguna media sosial terlibat secara intens mendiskusikan isu berbagai kebijakan publik, serta persoalan kebangsaan dan kenegaraan lain, baik dalam posisi pro maupun kontra.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan angka penetrasi pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019-2020 pengguna internet Indonesia 196,71 juta jiwa pengguna dari total populasi 266.91 juta jiwa, angka ini naik dari tahun sebelumnya yang 171,17 juta jiwa pengguna internet dari total populasi 264,16 juta jiwa. Artinya setiap tahunnya pengguna internet Indonesia naik 6 - 7%. Jika dilihat berdasarkan sebaran provinsi, maka Provinsi Jawa sebagai provinisi dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia. Lihat gambar 1, penetrasi pengguna internet di Indonesia didominasi oleh dua provinsi yaitu Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Secara demografi Pulau Jawa adalah pulau dengan jumlah penduduk terpadat di Indonesia melebihi beberapa pulau-pulau lain yang ada di Indonesia. Secara statistik, diketahui bahwa jumlah penduduk tersebut berdampak pada jumlah pengguna internet (APJII, 2014, 2016, 2017, 2018, 2020a).

Gambar 1. Penetrasi Internet per Wilayah dari Total Populasi Tahun 2019-2020



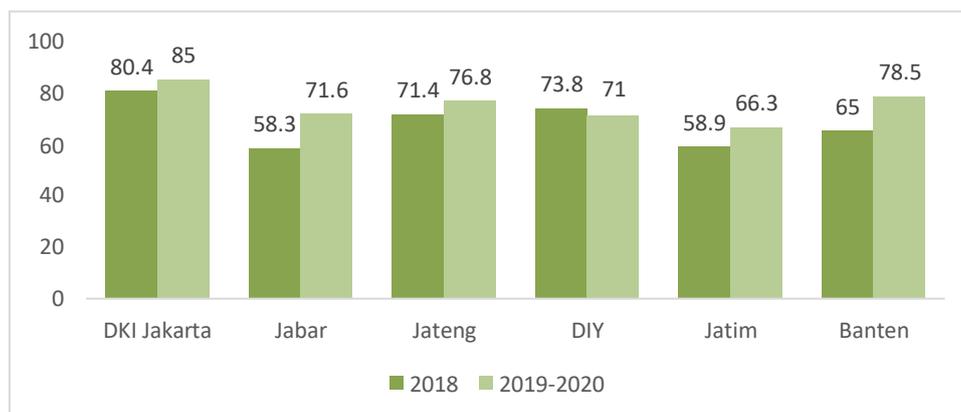
Sumber: (APJII, 2020b)

Media sosial menyandang dua *term*; *utopia* atau *dystopia* (Price, 2013). Utopia karena membawa manusia kepada dunia yang moderen dan interaktif, sedangkan dystopia karena menciptakan kejahatan seperti *cybercrime*, *social persecution*, dan lainnya di media online. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia berada pada dua posisi tersebut. Media sosial senantiasa memiliki *bright side*, sekaligus juga *dark side*. Pada satu sisi, media sosial melalui virtual sphere dapat berkontribusi mendukung proses demokratisai yang disebut virtual networking democracy (Loader & Mercea, 2011), namun pada sisi lain justru

membuka ruang *dystopia* (Price, 2013). Dalam rangka mencegah agar media sosial tidak banyak memberikan negative impact, maka Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan melalui UU ITE No 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Kemkominfo, 2016). Peraturan tersebut guna membatasi masyarakat melakukan tindakan yang tercela seperti penghinaan, penyebaran hoax, bullying, dan lain-lain.

Gambar 2, adalah sebaran pengguna internet di Pulau Jawa, jumlah pengguna internet yang tinggi berdampak pada *networking communication* media sosial, artinya interaksi di media sosial terpusat pada provinsi dengan jumlah pengguna internet tertinggi. Jakarta salah satunya, provinsi central ini menjadi titik interaksi pengguna media sosial, selain sebagai ibu kota negara, Jakarta juga tempat berkumpulnya komunitas dari berbagai macam daerah sehingga seluruh budaya dan agama perlu menjadi perhatian. Perbedaan budaya, agama, dan pandangan politik di Jakarta menciptakan ruang publik baru yang berlawanan arah, dalam beberapa tahun terakhir isu-isu seperti politik identitas, terorisme, khilafah, toleransi, dan pemerintahan menjadi dinamika yang tidak luput dari perhatian.

Gambar 2. Penetrasi Pengguna Internet dari Total Penduduk Jawa Tahun 2019-2020



Sumber: (APJII, 2020b)

Digital democracy berkembang dengan cepat (Loader & Mercea, 2011), sebagai ruang publik baru (Kruse et al., 2018). Tetapi menurut Bimber & Gil de Zúñiga, (2020) media sosial sebagai ruang digital democracy memfasilitasi penyebaran informasi yang salah antara satu kelompok dengan yang lain dan membangun persepsi negatif. Selain itu menurut Bimber & Gil de Zúñiga, (2020) media sosial menciptakan masalah yang epistemic, hal itu ditunjukkan dengan bagaimana media sosial digunakan oleh aktor tertentu untuk menyerang satu sama lain, hal lain yang menunjukkan bahwa komunikasi di media sosial dibangun atas dasar pandangan politik dan konstituennya bukan karena networking semata (Govil & Baishya, 2018). Penjelasan tersebut menguraikan bagaimana media sosial khususnya di Indonesia digunakan sebagai alat untuk menyerang individu yang berlawanan arah, baik politik, aliran agama, argumen dan persepsi lainnya. Partisipasi di media sosial didasari oleh motivasi tertentu (Khan, 2017), tetapi umumnya keterlibatan tersebut bersifat *crowd interaction* dengan identitas yang tidak pasti.

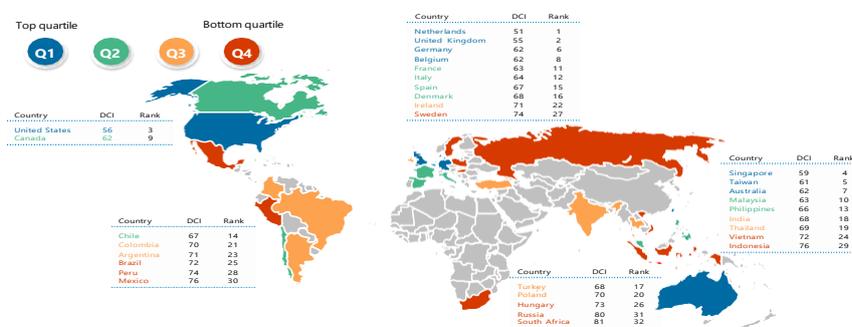
Dari latar belakang pengguna internet Indonesia yang tinggi yang tersebar di Pulau Jawa dan kemampuan menciptakan isu-isu strategis pada media sosial, membuat persepsi global terhadap pengguna internet Indonesia sebagai negara

dengan pengguna internet yang tidak sopan (Microsoft, 2021). Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan pengguna media sosial yang tidak sopan di Asia Pasifik, penilaian ini dilihat dari sikap penggunaan media sosial Indonesia yang menciptakan persepsi buruk terhadap pengguna media sosial lainnya. Beberapa Tindakan seperti menyerang salah satu Drama Korea (Racket Boys) sehingga mendapatkan rating buruk (Istiqomatul Hayati, 2021). Dalam sepak bola pun demikian sering terjadi say word antar pendukung sepakbola (Anshari, 2018). Tetapi yang paling tampak bahwa pengguna media sosial Indonesia adalah yang paling tidak sopan dari interkasi antar pro pemerintah dan kontra pemerintah. Kedua kelompok itu sering diafirmasikan dengan paham politik yang berbeda pula, keduanya sering dikategorikan sebagai cebong atau kampret dalam istilah pengguna media sosial Indonesia.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Rauchfleisch & Schäfer, (2015) menilai ruang-ruang publik telah bertransformasi begitu cepat, terutama dalam mendepatakan masalah. Konsep public sphere yang bertransformasi menjadi virtual sphere menunjukkan masyarakat yang berada dalam ruang digital mendebatkan apa saja, bahkan itu di luar pemahaman yang ia ketahui sekalipun. Hal ini tentu berbeda dengan ide *public deliberation* ala Habermas bahwa diskursus public semestinya fundamental antara kepentingan yang terlembagakan secara baik (Habermas, 1974), dengan begitu transisi public sphere menjadi konsep yang multi perspective. Transisi tersebut menciptakan perilaku yang buruk yang menghina, menjatuhkan, dan membunuh karakter serta didukung oleh *post-representative government* (Hamilton, 2009).

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi turut mempengaruhi perubahan pilihan ruang debat public rakyat dari public sphere menjadi virtual sphere melalui aplikasi media sosial. Perdebatan public di media sosial tersebut, diantaranya untuk merespon kinerja tata kelola pemerintahan yang ada. Virtual sphere yang berupa aplikasi media sosial sebagai ruang diskursif baru tersebut dapat pula disebut sebagai salah satu jenis new market (Losifidis, 2011). Dalam kaitan ini, masyarakat Indonesia adalah pasar bagi perkembangan teknologi, karena ia cenderung konsumtif, sehingga berpengaruh pada peningkatan pengguna media sosial, laporan (GWI, 2019; Microsoft, 2021; Transactions & Law, 2011) media sosial di Indonesia telah dimanfaatkan oleh pemerintah, e-commerce, fintech, lembaga keagamaan, serta individu. Tetapi itu tidak berbanding lurus dengan fungsi semestinya sebagai sumber informasi dan komunikasi publik.

Gambar 3. Digital Civility Index



Sumber: (GWI, 2019)

Anggapan Price, (2013) tentang media sosial, maka di Indonesia yang terlihat adalah dystopia, tentu kondisi ini disebabkan oleh perilaku pengguna media sosial Indonesia yang tidak ramah. Gambar 3, *digital civility index* tahun 2019 menjelaskan bahwa Indonesia masuk sebagai negara dengan pengguna yang tidak ramah. Transisi perubahan public sphere dimana opini publik dapat dibangun tidak berjalan baik seperti pandangan (Loader & Mercea, 2011),

Virtual sphere Indonesia dominan berisi pro kontra antara dua kelompok yang saling berlawanan, biasanya keduanya ikut terlibat dalam menciptakan isu tertentu baik itu secara langsung ataupun tidak. Selain itu penggunaan internet Indonesia lebih sering menggunakan *anonym account*, akibatnya interaksi bersifat *hate speech* dan penyebaran hoax menjadi sangat tinggi. Lihat table 1 analisis yang dipublikasi Drone Emprit isu trending di media sosial Indonesia yang dibicarakan, dari isu tersebut beberapa diantaranya muncul akibat sikap politik kelompok yang terbagi antara pendukung pemerintah dan tidak mendukung pemerintah, isu-isu di bawah seperti;

Kampanye stop berita COVID-19 didasari oleh kondisi masyarakat yang terdampak covid-19, umumnya masyarakat yang terdampak covid-19 adalah mereka dengan pendapatan rendah. Sehingga muncul isu di media sosial agar pemerintah tidak lagi memberitakan informasi yang menciptakan ketakutan dan membatasi masyarakat. Selain itu juga muncul respon terhadap kebijakan PPKM yang diberlakukan oleh pemerintah kepada beberapa daerah yang menimbulkan protes, hal tersebut didasari oleh kebijakan pemerintah yang tidak tegas pada beberapa kasus covid-19. Tetapi pemerintah bersikap keras kepada masyarakat yang melakukan pelanggaran, kebijakan PPKM berdampak pada matinya aktifitas ekonomi.

Sedangkan isu terorisme muncul sebagai reaksi terhadap langkah pemerintah dalam menangani isu politik nasional, isu ini berkaitan dengan pandangan politik dan aliran agama kelompok yang berbeda. Isu ini terbagi menjadi dua, kelompok yang pro terhadap pemerintah dan kelompok kontra. Kelompok kontra adalah mereka yang dianggap menyebarkan dan mendukung isu terorisme melalui kampanye negara khilafah dan mendukung syariat Islam. Isu khilafah sebenarnya di luar isu utama tetapi pengguna media sosial menggunakan isu tersebut secara bersamaan untuk mengkampanyekan pandangannya tentang khilafah.

Beberapa isu lainnya dapat dilihat pada table 1, dua tahun terakhir polarisasi politik di media sosial sangat populer. Isu ini berkembang karena kedua belah pihak meresponnya selain itu *negative sentiment* yang diciptakan mengakibatkan keduanya membentuk *social media networking*. Kahne & Bowyer, (2018) ada interaksi dinamis antara pengguna media sosial, dengan begitu komunikasi users dibentuk oleh isu yang berkembang. Diantara beberapa kasus yang terjadi di Indonesia, interaksi dinamis yang membentuk SNA antara kelompok pro dan kontra, tetapi dalam kacamatan demokrasi ini dianggap sebagai partisipasi politik (Loader & Mercea, 2011).

Tabel 1. Mapping Issues di Media Sosial Indonesia

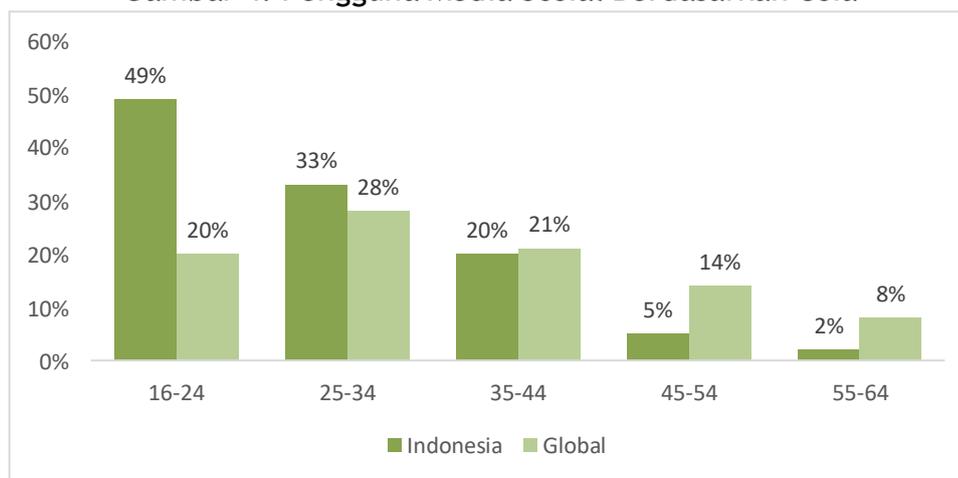
Isu	Deskripsi	Sumber
Kampanye stop berita covid-19	<ul style="list-style-type: none"> • Motif interaksi yang terjadi di media sosial adalah kesehatan dan ekonomi. • Motif kesehatan membuat masyarakat menjadi panik, sedangkan motif ekonomi karena masyarakat kehilangan pendapatan, kebutuhan ekonomi di masa pandemi. 	https://pers.droneemprit.id/kampanye-stop-berita-covid/

Tolak PPKM	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan PPKM pemerintah mendapatkan respon negatif dari pengguna media sosial • Muncul tagar #makzulkanjokowi, #jokowistepdown, dan #gantipresiden sebagai komunikasi kontra Jokowi. 	https://pers.droneemprit.id/demo-tolak-ppkm-dan-tagar-tagar-turunkan-presiden/
Terorisme	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Social media users</i> membangun opini publik tentang terorisme yang berhubungan dengan kepala daerah. • Sedangkan pada pemerintah pusat pengguna media sosial menilai bahwa pemerintah tidak memiliki perhatian secara khusus. 	https://pers.droneemprit.id/teror-kelompok-mit-di-poso/
Khilafah	<ul style="list-style-type: none"> • Isu khilaf digunakan pada saat yang bersamaan ketika masyarakat melakukan demo terhadap penyerangan Israel terhadap Palestina. • Isu Palestina ikut disusupi dengan beberapa kampanye tentang Khilafah yang sebenarnya diluar <i>main issues</i>. 	https://pers.droneemprit.id/kampanye-khilafah-dalam-isu-palestina/
Wawasan kebangsaan	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimen negatif terhadap tes wawasan kebangsaan yang dilakukan oleh KPK karena dinilai cacat administrasi. • Pegawai KPK yang memiliki <i>track record</i> yang baik dalam tindakan korupsi tidak lolos tes wawasan kebangsaan • Pendukung pemerintah menilai tes wawasan kebangsaan untuk menunjukkan adanya pegawai yang radikal dalam tubuh KPK. 	https://pers.droneemprit.id/wawasan-kebangsaan/
Perguruan Tinggi dan Narasi Keilmuan di Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial berperan bagi Perguruan tinggi terutama dalam melakukan sosialisasi, membangun <i>networking</i> dan publikasi. • Hashtag yang digunakan oleh perguruan tinggi luar negeri memilih fokus pada keilmuan mereka. • PT di Indonesia belum aktif menggunakan media soisla terutama dalam publikasi keilmuan. 	https://pers.droneemprit.id/perguruan-tinggi-dan-narasi-keilmuan-di-media-sosial/
Analisis Ujaran Kebencian	<ul style="list-style-type: none"> • Ujaran kebencian dilakukan di media sosial dengan menasar golongan tertentu dari segi ras, budaya dan agama. • Hashtag ditujukan kepada kelompok yang tidak pro terhadap pemerintah. • Interaksi di media sosial bersifat menyarang satu sama lain, dengan menciptakan sentiment negatif bagi kelompok yang kontra. 	https://pers.droneemprit.id/analisis-ujaran-kebencian-di-media-sosial-ambroncius-dan-abu-janda/
Cyberbullying	<ul style="list-style-type: none"> • Perundungan dan <i>cyberbullying</i> tidak akan pernah hilang, media sosial sebagai salah satu dampak cyberbullying. • <i>Cyberbullying</i> adalah salah satu topik dalam digital <i>citizenship</i>. 	https://pers.droneemprit.id/pencegahan-cyberbullying-saat-sekolah-daring/

Sumber: Drone Emprit, 2019-2020

Mengapa sering terjadi bullying dan penyebaran hoax di media sosial, hal ini dapat diketahui oleh motivasi pengguna media sosial di Indonesia, Laporan GWI, (2019) dari rata-rata pengguna terdapat beberapa motivasi pengguna media sosial seperti; (1) mengisi kekosongan 61% dari rata-rata global 37%. (2) terhubung dengan pengguna lain (54%) dari rata-rata global (33%). (3) Mencari hiburan (54%) dari (38%). (4) berbagi foto dan video (53%) dari (33%). (5) mengikuti teman yang menggunakan media sosial (51%) dari rata-rata global (30%). Dari kelima alasan tersebut, alasan dengan prosentase tinggi adalah untuk mengisi kekosongan dengan prosentasi (61%), kedua adalah membangun networking (54%) dan mencari hiburan (54%). Beberapa alasan menggunakan media sosial di atas cukup berpengaruh bagi sikap pengguna media sosial Indonesia yang tidak ramah.

Gambar 4. Pengguna Media Sosial Berdasarkan Usia

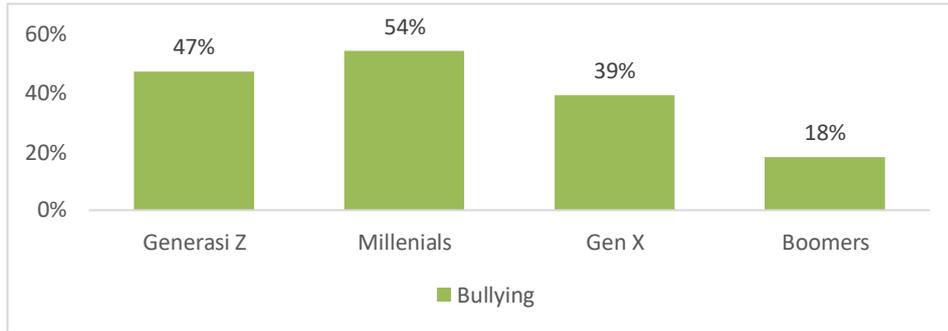


Sumber: (GWI, 2019)

Dari sikap pengguna media sosial dan alasan menggunakan media sosial tersebut rata-rata adalah users dengan usia 16-24, jumlah pengguna di Indonesia di dominasi dengan mereka yang berusia sangat muda, artinya mereka yang menggunakan media sosial pada usia tersebut mencari tantangan baru dan teman pada *virtual sphere*. Sehingga tidak jarang *influencer* di Indonesia didominasi oleh anak muda yang punya keterampilan komunikasi. Pengguna dengan prosentasi tertinggi kedua dengan usia 25-34, usia ini adalah usia produktif yang punya kematangan dalam menggunakan media sosial dan juga punya arah atau pandangan politik terhadap beberapa isu.

Kategori usia-usia tersebut adalah mereka yang melakukan tindakan bullying terhadap orang lain di media sosial. Indonesia bullying sering terjadi karena beberapa alasan seperti; kebijakan yang tidak jelas dan sering berubah-ubah, penegakan hukum yang timpang, pernyataan yang kontroversial, tindakan amoral, perbedaan pandangan politik. Gambar 5 di bawah menunjukkan rata-rata pelaku *bullying* adalah generasi millennial dan generasi Z, keduanya mencari koneksi di media sosial dengan membangun persepsi yang sama tentang topik yang booming, keduanya juga dapat memberikan pandangan negatif terhadap isu-isu tersebut. Tidak jarang pula, di media sosial terdapat *users* yang memiliki pengikut dan mampu menciptakan isu baru untuk *counter issues* dalam waktu yang bersamaan.

Gambar 5. Tindakan Bullying Berdasarkan Usia

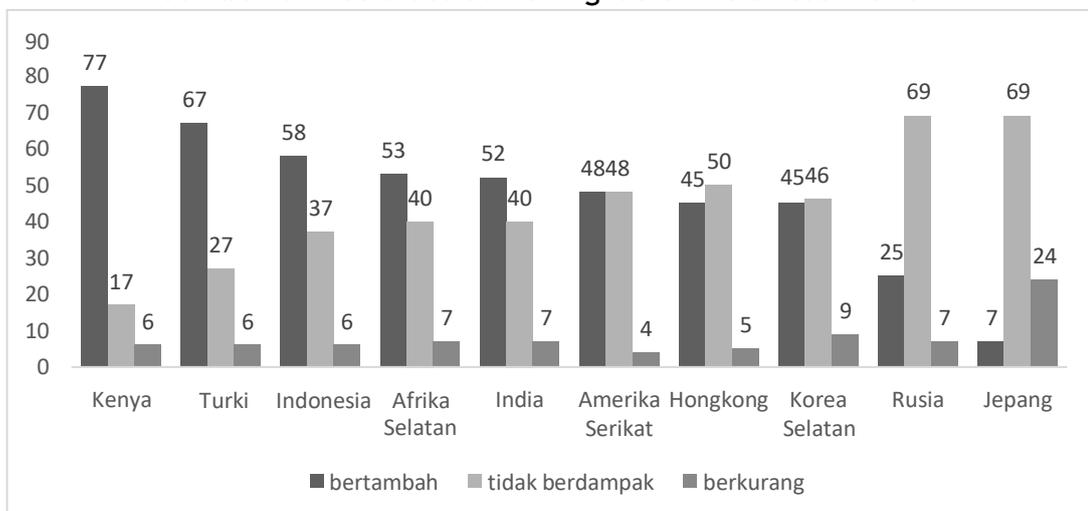


Sumber: (GWI, 2019)

Generasi Z dan millennial ikut meramaikan media sosial dengan pilihan politik tertentu, di lain sisi generasi Z dan milenial juga mendorong program pemerintah, hal tersebut dilakukan untuk memberikan pemahaman melalui kampanye di media sosial tentang program atau kebijakan pemerintah. Indonesia termasuk salah satu negara yang menggunakan jasa generasi Z dan millennial dalam melakukan sosialisasi. BBC Indonesia, (2020) pemerintah Indonesia mengeluarkan 90 miliar untuk promosi kegiatan dan program, jasa *influencer* Indonesia di era disrupsi membantu pemerintah untuk mempengaruhi masyarakat khususnya di masa pandemic, dengan menggunakan jasa *influencer* maka berdampak sangat besar dengan pesan-pesan ajakan dan persuasif (Hakim, 2021). Disisi lain dengan menggunakan jasa influencer maka informasi tentang kegiatan pemerintah dapat diketahui masyarakat sampai ke daerah pelosok (Lizsa Egeham, 2020).

Laporan Kominfo RI, (2020) selama masa covid-19 isu hoax tersebar di semua media sosial seperti whatsapp, twitter, facebook dan instagrama dan akun media sosial lainnya. Penyebaran berita bohong yang terjadi di Indonesia disebabkan pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang virus covid-19, selain itu literasi digital masyarakat Indonesia yang rendah menjadi salah satu faktor penyebaran berita bohong meningkat setiap harinya. Selama tahun 2020 setidaknya terdapat 546 berita *hoax* yang telah diterima oleh Kominfo RI, laporan tersebut belum termasuk berita yang direkap selama dua tahun terakhir penyebaran covid-19 dan berita lainnya diluar covid-19 (Kominfo RI, 2020).

Gambar 6. Media Sosial Meningkatkan Polarisasi Politik



Sumber: IPSOS Mori 2019

Salah satu langkah antisipasi yang diambil oleh pemerintah terutama untuk mensukseskan program dan *counter* isu *hoax* adalah menggunakan *influencer* sebagai kelompok yang mengkomunikasikan dan promosi kegiatan pemerintah. Indonesia termasuk salah satu negara dengan pengguna *influencer* tertinggi di dunia dan berdampak bagi kesuksesan kegiatan pemerintah. Persepsi pengguna media sosial di Indonesia mudah diberikan sugesti tentang kebijakan. Diantara beberapa negara di dunia seperti Kenya, Turki, Afrika Selatan, India, Amerika Serikat, Hongkong, Korea Selatan, Rusia dan Jepang. Indonesia sebagai negara ketiga dengan penambahan jumlah *influencer* dengan dampak yang sangat kecil, artinya dalam beberapa kasus menggunakan *influencer* tidak begitu berpengaruh besar, terutama pengguna media sosial Indonesia sering didominasi oleh akun anonim atau *buzzer*, akun-akun ini yang menciptakan persepsi buruk terhadap cara kelompok atau individu dalam merespon satu fenomena yang terjadi di masyarakat.

Indonesia memanfaatkan *influencer* untuk menciptakan persepsi publik yang baik. *Public opinion* dapat diciptakan melalui media sosial, lalu opini tersebut membantuk *network* dengan opini yang sama (Losifidis, 2011). Negara saat ini menggunakan *influencer* untuk membentuk opini publik tentang apa yang dilakukan. Atau dalam istilah yang berbeda ia berupaya mendominasi *multilayer sphere* (Çela, 2015), tujuannya agar kebijakan yang diambil pemerintah mendapatkan persepsi baik di media sosial ataupun ruang publik.

Menurut lembaga Microsoft, (2021) pegguaan media sosial di Indonesia berkontribusi besar terhadap peningkatan jumlah pengguna, hal tersebut dapat dilihat dari interaksi dan pemanfaatan. Media sosial memiliki pedang bermata dua, pada saat tertentu baik bagi pemerintah untuk mempromosikan kegiatan dan program tetapi di sisi lain menjadi musuh karena menciptakan persepsi buruk terhadap orang lain yang berlawanan arah. Dari laporan tahunan Microsoft 2020 media sosial memberikan kontribusi besar pada perusahaan (59%), media informasi (54%), pemerintah (48%), institusi pendidikan (46%) dan lembaga keagamaan (41%). Intensitas tersebut sama halnya dengan menghabiskan lebih dari 5-6 jam dalam sehari untuk berselancar di media sosial, membaca berita, memberikan informasi, membangun komunikasi, serta menciptakan *networking* dengan dunia luar, tetapi tidak semuanya berjalan sebagaimana fungsi media sosial itu sebenarnya.

Perubahan *public sphere* menjadi *virtual sphere* perlu dipahami sebagai transisi *utopia* yang bertujuan membangun masyarakat tanpa kelas. Interaksi dibangun antarmasyarakat tidak terbatas pada satu isu semata melainkan *inclusive*, pemerintah dan pengguna media sosial perlu membangun ulang *new public sphere* dengan interaksi baik. Ide Habermas tersebut dapat bekerja dalam ruang *virtual deliberation* (Çela, 2015). Khamis & Sisler, (2010) beranggapan dengan begitu opini tidak bersifat negatif dan merugikan, terutama dalam aspek politik. Pemerintah dengan peran sentralnya perlu membangun ulang komunikasi di ruang *virtual* dan menciptakan *multiple public sphere* yang terbuka bagi semua ide yang berkembang (Rauchfleisch & Schäfer, 2015).

Terhadap klaim-klaim ini, analisis ini menunjukkan bahwa ruang publik Habermas dalam kasus Indonesia yang bertransformasi menjadi ruang digital atau digital democracy (Loader & Mercea, 2011), dapat dipahami sebagai pemanfaatan *virtual sphere* semata tetapi tidak dalam pertukaran ide yang *deliberative*. Analisis ini mendemonstrasikan ruang virtual Indonesia yang diisi oleh interaksi negatif dan

saling menyinggung, dalam wacana sosial yang rasional seharusnya konsep Habermas dapat bekerja secara sempurna untuk membangun masyarakat demokratis terutama dalam opini publik (Dahlberg, 2005).

KESIMPULAN

Public sphere seperti ide Habermas yang bertransformasi menjadi virtual sphere adalah ruang publik yang menggunakan teknologi modern dan mampu menghubungkan individu, kelompok secara bersamaan. Berdasarkan uraian dan analisis di atas, maka artikel ini menyimpulkan bahwa, interaksi pengguna media sosial Indonesia dalam dua tahun terakhir menunjukkan bahwa karakter pengguna media sosial adalah mereka yang berperilaku buruk, perilaku tersebut didasari oleh waktu interaksi di media sosial yang tinggi, selain itu didukung oleh motivasi menggunakan media sosial. Pada aspek politik pengguna media sosial didorong untuk mempromosikan program dan kegiatan pemerintah, kelompok ini disebut sebagai generasi Z dan milenial yang secara aktif menggunakan media sosial. Penetrasi pengguna internet Indonesia yang meningkat setiap tahunnya memberikan dampak yang buruk, selain terjadinya *cyberbullying*, *hate speech*, *hoax* dan pembunuhan karakter terhadap lawan politik.

Agar dapat menciptakan virtual sphere, maka perlu membangun ruang digital yang aman dan nyaman bagi pengguna media sosial, tentu hal tersebut dimulai dengan ekosistem digital Indonesia yang baik, dengan mengadopsi pandangan bahwa opini publik dapat dibentuk oleh semua masyarakat dengan akses yang sama, tetapi ia sebagai ruang publik yang intersubjektif. Selanjutnya pelembagaan ini perlu diikat melalui institusi formal yang membatasi dan memberikan ruang yang sama.

REFERENSI

- Adut, A. (2012). A theory of the public sphere. *Sociological Theory*, 30(4), 238-262. <https://doi.org/10.1177/0735275112467012>
- Anshari, F. (2018). Elemen “Tawuran Virtual” Antar Fans Sepakbola Di Indonesia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 39. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i1.511>
- APJII. (2014). Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2013. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia % Badam Pusat Statistik.
- APJII. (2016). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- APJII. (2017). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018(31 August 2018), Hasil Survey.
- APJII. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 1-15.
- APJII. (2020a). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Vol. 2020).
- APJII. (2020b). Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1-146.
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od*, June. apji.or.id
- Arntsen, H., & Waldrop, A. (2018). Introduction to Special Issue: Qualitative Method/ologies in Development Studies. *Forum for Development Studies*, 45(2), 185-189. <https://doi.org/10.1080/08039410.2018.1468408>
- BBC Indonesia. (2020). Pemerintah Indonesia Bayar Influencer Rp90 Miliar untuk sosialisasi kebijakan, “Buang duit yang efektif?” In BBC Indonesia (pp. 1-11).

- Bimber, B., & Gil de Zúñiga, H. (2020). The unedited public sphere. *New Media and Society*, 22(4), 700-715. <https://doi.org/10.1177/1461444819893980>
- Broman, T. (1998). The habermasian public sphere and "science in the enlightenment." *History of Science*, 36(2), 123-149. <https://doi.org/10.1177/007327539803600201>
- Çela, E. (2015). Social Media as a New Form of Public Sphere. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 4(1), 195. <https://doi.org/10.26417/ejser.v4i1.p195-200>
- Dahlberg, L. (2005). The Habermasian public sphere: Taking difference seriously? *Theory and Society*, 34(2), 111-136. <https://doi.org/10.1007/s11186-005-0155-z>
- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Dowling, R., Lloyd, K., & Suchet-Pearson, S. (2018). Qualitative methods III: Experimenting, picturing, sensing. *Progress in Human Geography*, 42(5), 779-788. <https://doi.org/10.1177/0309132517730941>
- Freeman, M. (2016). Modes of thinking for qualitative data analysis. In *Modes of Thinking for Qualitative Data Analysis*. <https://doi.org/10.4324/9781315516851>
- Gestrich, A. (2006). The public sphere and the Habermas debate. *German History*, 24(3), 413-430. <https://doi.org/10.1191/0266355406gh381oa>
- Govil, N., & Baishya, A. K. (2018). The Bully in the Pulpit: Autocracy, Digital Social Media, and Right-wing Populist Technoculture. *Communication, Culture and Critique*, 11(1), 67-84. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx001>
- GWl. (2019). Indonesia Key Digital Behaviour. *Gobal Web Index*, 1-6.
- Habermas, J. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1974). *New German Critique and Duke University Press*, 3(3), 11-19. <https://doi.org/10.4324/9780367809195-3>
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Reason and The Rationalization of Society* (1st ed.). Beacon Press.
- Hakim, R. N. (2021). Pemerintah yang Kerap Gunakan Pengaruh Influencer. In *Kompas.com* (pp. 1-8).
- Hamilton, C. (2009). Uncertain citizenship and public deliberation in post-apartheid South Africa. *Social Dynamics*, 35(2), 355-374. <https://doi.org/10.1080/02533950903116091>
- Hohendahl, P. (2014). Habermas: Jilrgen "The Public Sphere". 3(3), 45-48.
- Istiqomatul Hayati. (2021). Rating Racket Boys Anjlok setelah Diserang Netizen Indonesia - *Seleb Tempo*. 18 Juni 2021, 1-3.
- 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>
- Kemkominfo. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. UU No. 19 Tahun 2016, 1, 1-31.
- Khamis, S., & Sisler, V. (2010). The New Arab Cyberscape Redefining Boundaries and Reconstructing Public Spheres. *Annals of the International Communication Association*, 34(1), 277-315. <https://doi.org/10.1080/23808985.2010.11679103>
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236-247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Kominfo RI. (2020). Isu Hoaks Corona Virus (pp. 1-1250). Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kruse, L. M., Norris, D. R., & Flinchum, J. R. (2018). Social media as a public sphere? Politics on social media. *Sociological Quarterly*, 59(1), 62-84. <https://doi.org/10.1080/00380253.2017.1383143>

- Lizza Egeham. (2020). Istana Sebut Penggunaan Influencer Agar Program Pemerintah Sampai ke Pelosok (pp. 1-3).
- 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>
- Losifidis, P. (2011). The public sphere, social networks and public service media. *Information Communication and Society*, 14(5), 619-637. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.514356>
- Mansell, R. (2010). Commentary Mediating the Public Sphere Democratic Deliberation, Communication Gaps and the Personalization of Politics . *Annals of the International Communication Association*, 34(1), 259-274. <https://doi.org/10.1080/23808985.2010.11679102>
- Markell, P. (1976). Contesting Consensus: Rereading Habermas on the Public Sphere. *Constellations*, 3(3), 240-259.
- Mazali, T. (2008). Social Media as a News Public Sphere. *Transactions*, 44(3), 12-14.
- Microsoft. (2021). Civility, safety & interaction online: Indonesia (Issue February).
- Misgeld, D. (1984). Critical Theory and Sociological Theory. *Philosophy of Social Sciences*, 14(April 1984), 97-105.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *UTC Journal of Economic Development, Environment and People*, 85654(85654), 1.
- Papacharissi, Z. (2020). The Virtual Sphere. *The Information Society Reader*, 4(1), 379-392. <https://doi.org/10.4324/9780203622278-36>
- Price, E. (2013). Social media and democracy. *Australian Journal of Political Science*, 48(4), 519-527. <https://doi.org/10.1080/10361146.2013.846296>
- Rauchfleisch, A., & Schäfer, M. S. (2015). Multiple public spheres of Weibo: a typology of forms and potentials of online public spheres in China. *Information Communication and Society*, 18(2), 139-155. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.940364>
- Rowland, R. C. (2006). Campaign Argument and the Liberal Public Sphere: A Case Study of the Process of Developing Messages in a Congressional Campaign. *Argumentation and Advocacy*, 42(4), 206-215. <https://doi.org/10.1080/00028533.2006.11821655>
- Rycroft, A. E. (2007). Young Adults and Virtual Public Spheres: Building A New Political Culture. Master's Long Project. Retrieved February, 12, 2009.
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social Media Its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.7753/ijcatr0502.1006>
- Surin, K. (2022). 20. The Frankfurt School, the Marxist Tradition, Culture and Critical Thinking: Max Horkheimer (1895-1973), Herbert Marcuse (1898-1979), Theodor Adorno (1903-1969), Jürgen Habermas (1929-). In *Modern European Criticism and Theory*. <https://doi.org/10.1515/9780748626793-021>
- Transactions, E., & Law, I. T. E. (2011). *Freedom House Indonesia* (pp. 1-12).
- Villa, D. R. (1992). Postmodernism and the Public Sphere. *The American Political Science Review*, 86(3), 712-721.