



Membaca Ulang Polarisasi Politik di Era Digital dalam Perspektif Sosiokultural dan Postkolonial

Abdul Rahman HI

Program Studi Ilmu Komunikasi, FIKOM, Universitas Mercu Buana, Jl. Meruya
Selatan, Kebun Jeruk - Jakarta Barat, Indonesia

Email: dr.a.rahman@mercubuana.ac.id

Article Info

Submitted:
12 November 2025

Accepted:
20 December 2025

Published:
29 December 2025

DOI:



Vol 13 (No.2), 2025

Hal 283 -297

ABSTRACT

This article examines cross-cultural political communication in the postcolonial digital era by comparing the construction, circulation, and interpretation of political messages in three multicultural democracies: Indonesia, India, and Nigeria. Employing Critical Discourse Analysis (CDA) and digital ethnography, the study explores how colonial legacies, digital media infrastructures, and culturally embedded narratives intersect in shaping political identities and public discourse. Digital platforms function as contested arenas where populist, nationalist, and religious narratives are reproduced, negotiated, and resisted simultaneously.

The findings identify three key patterns. First, political actors strategically reappropriate cultural and historical symbols to construct legitimacy. Second, algorithm-driven digital environments intensify political polarization by reinforcing echo chambers. Third, hybrid political languages emerge through ongoing negotiations between global media norms and local cultural frameworks. Methodologically, the research adopts a comparative and interpretive approach, analyzing political discourse on Twitter/X, Facebook, and YouTube, complemented by digital ethnographic observations of public interactions and narrative circulation.

The study contributes to intercultural communication theory by proposing an integrated analytical framework that combines postcolonial critique, media ecology, and political semiotics. Practically, it highlights the importance of developing culturally sensitive, inclusive, and non-polarizing digital public spaces, particularly in transitional democracies where identity politics and algorithmic amplification play a central role in shaping political engagement.

Keywords: Cross-cultural Communication; Digital Politics; Postcolonial Discourse

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji komunikasi politik lintas budaya di era digital pascakolonial dengan membandingkan konstruksi, sirkulasi, dan penafsiran pesan politik di tiga demokrasi multikultural: Indonesia, India, dan Nigeria. Melalui kombinasi Analisis Wacana Kritis (Critical

Discourse Analysis/CDA) dan etnografi digital, penelitian ini menganalisis keterkaitan antara warisan kolonial, infrastruktur media digital, dan narasi budaya dalam membentuk identitas politik serta wacana publik. Platform digital dipahami sebagai arena kontestasi tempat narasi populis, nasionalis, dan keagamaan direproduksi, dinegosiasikan, sekaligus ditantang. Hasil penelitian menunjukkan tiga pola utama. Pertama, aktor politik secara strategis mereapropriasi simbol budaya dan sejarah untuk membangun legitimasi politik. Kedua, lingkungan digital berbasis algoritme memperkuat polarisasi melalui pembentukan ruang gema. Ketiga, muncul bahasa politik hibrida sebagai hasil negosiasi antara norma media global dan kerangka budaya lokal. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan komparatif dan interpretatif dengan menganalisis wacana politik di Twitter/X, Facebook, dan YouTube, serta dilengkapi observasi etnografi digital terhadap interaksi publik dan peredaran narasi. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi antarbudaya melalui pengajuan kerangka integratif yang memadukan kritik pascakolonial, ekologi media, dan semiotika politik. Secara praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan ruang publik digital yang sensitif budaya, inklusif, dan tidak memperkuat polarisasi, khususnya dalam konteks demokrasi transisional yang dipengaruhi politik identitas dan amplifikasi algoritmik.

Kata Kunci: *Komunikasi Lintas Budaya; Politik Digital; Wacana Pascakolonial*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi digital, komunikasi politik melampaui batas nasional dan semakin berkelindan dengan identitas budaya, sejarah pascakolonial, serta mediasi algoritmik. Negara-negara pascakolonial seperti Indonesia, India, dan Nigeria menghadapi tantangan unik dalam membangun narasi politik yang mampu beresonansi dengan audiens yang heterogen sambil tetap menavigasi warisan kolonial dan fragmentasi sosial budaya yang masih membekas. Dalam konteks Indonesia, tingginya penetrasi internet mencapai 80,66% dengan lebih dari 180 juta pengguna media sosial (APJII 2024; DataReportal 2025) membuat kampanye politik digital semakin intens, terutama pada Pemilu 2024 yang ditandai oleh peningkatan disinformasi dan polarisasi identitas. Di India, dengan lebih dari 806 juta pengguna internet dan ekosistem kampanye digital yang sangat terorganisir oleh tim IT partai-partai besar, komunikasi politik kerap didominasi oleh retorika Hindutva serta penggunaan influencer politik sebagai aktor kunci dalam mobilisasi publik. Sementara itu, Nigeria sebagai negara dengan populasi muda yang sangat aktif di ruang digital 107 juta pengguna internet dan 38,7 juta pengguna media sosial mengalami dinamika komunikasi politik yang ditandai oleh mobilisasi akar rumput, sebagaimana terlihat pada gerakan #EndSARS, namun juga dihadapkan pada tantangan serius berupa hoaks, rendahnya literasi digital, dan polarisasi berbasis etnis.

Penelitian terbaru menggarisbawahi dampak transformatif platform digital dalam membentuk wacana politik lintas budaya (Boulianne & Theocharis, 2020; Esser & Strömbäck, 2022). Namun, hanya sedikit yang telah dilakukan untuk menyelidiki bagaimana ruang digital ini dimanfaatkan oleh aktor politik dalam masyarakat pascakolonial multikultural, dan bagaimana audiens menafsirkan pesan-pesan ini dalam kerangka kerja khusus budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan itu.

Berkaitan dengan ruang digital yang dimanfaatkan oleh aktor politik memalui media digital mengalami perkembangan yang pesat. Data perkembangannya pada ketiga negara dapat terlihat pada table Statistik Digital dan media sosial yang berikut:

Tabel 2. Statistik Digital & Media Sosial (Potensi Komunikasi Politik)

Negara	Populasi (2025)	Pengguna Internet	Penetrasi Internet	Pengguna Media Sosial	Penetrasi Media Sosial	Sumber
Indonesia	± 284,4 juta	229,4 juta	80,66%	± 180 juta	± 62,9%	APJII 2024; DataReportal 2025

India	± 1,46 miliar	806 juta	55,3%	± 491 juta	± 33,7%	DataReportal India 2025
Nigeria	± 235 juta	107 juta	45,4%	± 38,7 juta	± 16,4%	DataReportal Nigeria 2025

Bidang komunikasi politik lintas budaya yang berkembang telah menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan konteks sosiohistoris, linguistik, dan ideologis dalam memahami bagaimana pesan politik dibingkai dan diterima di berbagai budaya. Para ahli bidang media politik seperti Esser dan Strömbäck (2022) dan Chadwick et al. (2021) menekankan hibriditas komunikasi politik modern, di mana logika media massa tradisional bersinggungan dengan logika digital yang dibentuk oleh algoritme, interaktivitas, dan personalisasi.

Konteks Lensa teoretis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media pascakolonial, yang menyoroti bagaimana relasi kuasa berakar sejarah kolonial terus membentuk praktik dan wacana media kontemporer (Khiabany, 2020; Couldry & Mejias, 2021). Dalam konteks ini, negara-negara pascakolonial seperti Indonesia, India, dan Nigeria memperlihatkan keunikan pola komunikasi politik yang dipengaruhi oleh kombinasi nilai-nilai budaya lokal, dinamika identitas, serta penetrasi media digital yang terus meningkat. Di Indonesia, misalnya, pola komunikasi politik didominasi oleh isu identitas dan agama, dengan penggunaan simbol-simbol Pancasila dan nilai keislaman dalam kampanye digital, diperkuat oleh tingginya penetrasi internet sebesar 80,66% serta 180 juta pengguna media sosial (APJII 2024; DataReportal 2025). India menunjukkan pola berbeda dengan kampanye politik digital berskala masif dan multibahasa; lebih dari 806 juta pengguna internet dan struktur tim IT partai politik yang sangat terorganisasi menjadikan komunikasi politik berbasis algoritme dan retorika Hindutva sebagai strategi dominan. Sementara itu, Nigeria memiliki pola komunikasi politik yang dipengaruhi oleh dinamika etnis dan gerakan digital akar rumput, seperti terlihat pada mobilisasi #EndSARS yang memanfaatkan 38,7 juta pengguna media sosial untuk membangun tekanan politik terhadap negara. Ketiga konteks tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai pribumi, memori kolonial, serta alat media digital saling bersinggungan dalam ruang ideologis yang diperebutkan, membentuk konfigurasi komunikasi politik yang khas di masing-masing negara. Keunikan pola komunikasi dimaksud terlihat dalam tabel perbandingan yang Berikut :

Tabel 3. Perbandingan Keunikan Pola Komunikasi Politik

Negara	Keunikan Utama Komunikasi Politik
Indonesia	Hybrid (online + offline), berbasis budaya / komunitas lokal, banyak simbolisme dan dramatisasi politik, politik identitas kuat.
India	Kampanye digital multibahasa & masif, partai dengan tim IT terorganisir, aktor digital & influencer sangat dominan, kampanye langsung ke pemilih tanpa filter media tradisional.
Nigeria	Digitalisasi kampanye & mobilisasi (media sosial + multimedia), aktivisme online & gerakan sosial, interaksi langsung antara politisi dan publik, penggunaan media tradisional + media digital, serta mobilisasi generasi muda.

Sumber : Rangkuman dari media sosial.

Untaian penting lainnya adalah penggunaan analisis wacana kritis (CDA) untuk menginterogasi retorika politik dalam lingkungan multikultural. CDA, seperti yang digunakan oleh Farkas dan Bene (2021), mengungkap makna laten yang tertanam dalam pesan politik yang mereproduksi atau menolak struktur kekuasaan dominan. Dalam pengaturan lintas budaya, wacana politik tidak hanya informatif tetapi juga performatif, membangun identitas kolektif dan melegitimasi otoritas.

Sementara media digital menghadirkan peluang untuk partisipasi inklusif (Boulianne, 2020), penelitian juga mengungkapkan bahwa ruang gema dan bias algoritmik dapat memperburuk perpecahan budaya (Howard & Hussain, 2021). Di Indonesia, misalnya, Lim (2020) menunjukkan bagaimana narasi etnis dan agama dikerahkan secara strategis untuk mengkonsolidasikan sentimen populis. Demikian pula, Jamil dan Appiah-Adjei (2022) mencatat bahwa di Ghana dan Pakistan, nuansa budaya sangat memengaruhi gaya keterlibatan politisi dan persepsi audiens. Sementara media digital menghadirkan peluang bagi partisipasi politik yang lebih inklusif (Boulianne, 2020), berbagai penelitian menunjukkan bahwa ruang gema dan bias algoritmik justru dapat memperdalam perpecahan budaya dalam masyarakat multikultural (Howard & Hussain, 2021). Di Indonesia, Lim (2020) memperlihatkan bagaimana narasi etnis dan agama digunakan secara strategis oleh aktor politik untuk mengkonsolidasikan sentimen populis dan membangun polarisasi identitas. Penelitian lain oleh Habib (2023) juga menunjukkan bahwa budaya politik digital Indonesia sangat dipengaruhi oleh simbolisme keagamaan dan representasi etnonasionalisme dalam kampanye online. Di India, studi oleh Kim dan Chen (2021) mengungkap bagaimana konteks multibahasa dan hierarki sosial historis berperan besar dalam membentuk cara warga menafsirkan pesan politik digital, dengan algoritme platform memperkuat segmentasi identitas berbasis kasta,

agama, dan bahasa. Selain itu, Postill (2022) menyoroti bahwa kampanye politik India sangat bergantung pada aktivisme digital berbasis komunitas, di mana narasi budaya Hindu dan simbol-simbol nasionalisme menjadi instrumen politik yang dominan. Sementara itu, di Nigeria, Jamil dan Appiah-Adjei (2022) mencatat bahwa konteks budaya dan struktur etnis sangat memengaruhi gaya komunikasi politisi serta persepsi audiens, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai arena mobilisasi politik. Penelitian oleh Wekesa (2020) juga menegaskan bahwa komunikasi politik Nigeria tidak dapat dipisahkan dari dinamika etnolinguistik dan sejarah kolonial yang membentuk ketimpangan representasi dalam media digital. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa nuansa budaya di Indonesia, India, dan Nigeria memainkan peran sentral dalam menentukan bagaimana pesan politik dibentuk, ditafsirkan, dan direproduksi dalam ruang digital pascakolonial. Tinjauan literatur ini menginformasikan studi ini dengan menempatkannya dalam dialog interdisipliner antara komunikasi politik, studi budaya, dan teori pascakolonial. Ini membenarkan analisis komparatif wacana politik di Indonesia, India, dan Nigeria untuk mengungkap bagaimana makna yang didasarkan pada budaya muncul di ruang publik digital.

Artikel ini secara kritis mengkaji bagaimana komunikasi politik diartikulasikan dan diterima di seluruh Indonesia, India, dan Nigeria dengan menganalisis konten digital dan narasi budaya yang disebarluaskan di platform media sosial. Studi ini berusaha menjawab: Bagaimana pesan politik digital dibangun dalam konteks sosial budaya dan sejarah masyarakat pascakolonial? Bagaimana platform digital memperkuat atau membatasi pemahaman antarbudaya dalam wacana politik? Dan peran apa yang dimainkan identitas budaya dalam membentuk interpretasi pesan politik di negara-negara ini? Tujuan dalam Melakukan Studi masalah ini adalah untuk mengetahui Polarisasi Politik di Era Digital dalam Perspektif Sosiokultural dan Postkolonial.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi desain penelitian kualitatif komparatif dengan mengintegrasikan Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis/CDA) dan etnografi digital untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi politik diartikulasikan dalam konteks budaya pascakolonial. Pemilihan Indonesia, India, dan Nigeria didasarkan pada karakteristik ketiganya sebagai demokrasi multikultural pascakolonial yang

memperlihatkan dinamika politisasi identitas, kontestasi nilai budaya, serta penggunaan media digital yang semakin menonjol dalam kampanye politik kontemporer. Mengikuti kerangka kerja Fairclough (2013), CDA digunakan untuk menelaah bahasa, visual, simbol politik, dan struktur naratif yang beredar melalui media digital sebagai cara mengungkap ideologi dan relasi kuasa yang tertanam dalam wacana politik. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memahami bagaimana makna budaya dibangun, dipertahankan, dinegosiasikan, atau ditantang di ruang publik digital.

Periode analisis 2022–2024 dipilih karena mencakup momen politik penting yang memicu peningkatan produksi wacana digital di ketiga negara, yaitu Pemilu Indonesia 2024, Pemilu Nasional India 2024, dan Pemilu Presiden Nigeria 2023. Peristiwa-peristiwa ini tidak hanya meningkatkan intensitas kampanye digital tetapi juga memperluas diskursus identitas budaya, agama, etnis, dan nasionalisme yang menjadi fokus penelitian. Data penelitian dikumpulkan dari materi komunikasi politik yang disebarluaskan melalui Facebook, Twitter/X, YouTube, dan Instagram, termasuk video kampanye, meme politik, pidato, manifesto partai, dan komentar publik. Seleksi data dilakukan berdasarkan relevansi isu, tingkat viralitas, serta resonansi budaya untuk memastikan bahwa materi yang dianalisis merefleksikan pola wacana yang signifikan dalam konteks politik digital masing-masing negara.

Untuk memperkuat analisis CDA, penelitian ini juga menerapkan etnografi digital sebagai pendekatan pelengkap. Proses ini melibatkan observasi berulang dan perendaman dalam komunitas, percakapan, serta forum digital yang berorientasi politik, terutama ruang-ruang diskusi di mana identitas budaya dan politik dinegosiasikan secara eksplisit. Interaksi pengguna didokumentasikan melalui catatan lapangan dan tangkapan layar selama periode penelitian, dengan tetap mempertimbangkan etika penggunaan data publik dan menjaga anonimitas pengguna. Analisis data dilakukan melalui tahap pengkodean tematik dan interpretatif menggunakan perangkat lunak NVivo untuk mengorganisasikan tema diskursif, simbol budaya, dan motif ideologis yang muncul dalam wacana digital. Selanjutnya, triangulasi antarnegara dan antarplatform dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas temuan dan memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan mencerminkan kompleksitas konteks politik dan budaya di Indonesia, India, dan Nigeria sebagai representasi negara pascakolonial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik digital di Indonesia, India, dan Nigeria dibentuk oleh interaksi kompleks antara warisan kolonial, identitas budaya, dan infrastruktur media digital. Melalui Analisis Wacana Kritis dan etnografi digital, penelitian ini menegaskan bahwa ruang digital pascakolonial menjadi arena utama pembentukan, negosiasi, dan perebutan identitas politik. Pesan politik tidak hanya dikonstruksi secara teknologis, tetapi juga berakar kuat pada memori kolektif, simbol budaya, dan sejarah kolonial masing-masing negara.

Temuan pertama menunjukkan bahwa aktor politik di ketiga negara secara strategis mereapropriasi simbol budaya dan agama untuk membangun legitimasi dan memobilisasi dukungan. Di Indonesia, simbol Pancasila, Islam, dan identitas Nusantara disebarluaskan melalui meme dan video pendek; di India, mitologi Hindu dipadukan dengan retorika modernisasi dalam narasi Hindutva; sementara di Nigeria, simbol etnis, pepatah lokal, dan identitas etnolinguistik menjadi perangkat persuasi utama. Reapropriasi simbol ini menegaskan bahwa komunikasi politik pascakolonial tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya dan memori historis. Temuan kedua memperlihatkan bahwa platform digital berfungsi sebagai arena kontestasi identitas politik. Tagar seperti #ReformasiDikorupsi, #FarmersProtest, dan #EndSARS merepresentasikan perlawanan politik berbasis budaya, namun sekaligus memperlihatkan penguatan ruang gema akibat algoritme platform. Polarisasi tidak semata-mata bersumber dari teknologi, tetapi juga diperkuat oleh sejarah panjang politik identitas di ketiga negara. Temuan ketiga mengungkap munculnya bahasa politik hibrida sebagai ciri khas komunikasi pascakolonial. Politisi memadukan bahasa formal, bahasa lokal, slang digital, dan code-switching untuk menjembatani identitas lokal dengan norma demokrasi modern. Hibriditas linguistik ini berfungsi sebagai strategi politik untuk membangun kedekatan sekaligus mempertahankan otoritas, mencerminkan ketegangan antara epistemologi Barat dan nilai-nilai pribumi.

Temuan terakhir menunjukkan bahwa politisasi tradisi dan visual budaya memainkan peran sentral dalam komunikasi politik digital. Pakaian adat, simbol ritual, dan representasi visual leluhur digunakan untuk memperkuat legitimasi dan loyalitas kelompok. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi politik digital di negara pascakolonial menuntut kompetensi antarbudaya yang tinggi, baik bagi

komunikator politik maupun warga negara, guna mendorong dialog yang lebih inklusif dan mengurangi polarisasi identitas di ruang publik digital.

Tabel 4. Perbandingan Komunikasi Politik di Tiga Negara

Aspek Analisis	Indonesia	India	Nigeria
Simbol politik dominan	Pancasila, Islam, adat	Mitologi Hindu, Hindutva	Identitas etnis & pepatah tradisional
Bentuk kontestasi identitas	Nasionalisme vs agama	Nasionalisme Hindu vs pluralisme	Etnisitas sebagai basis politik
Bahasa politik	Formal + gaul + Jawa	Inggris–Hindi–bahasa daerah	Inggris–Pidgin–bahasa etnis
Wacana visual	Pakaian adat, simbol keagamaan	Deva imagery, ritual Hindu	Motif etnis Yoruba/Igbo/Hausa
Narasi digital akar rumput	#ReformasiDikorupsi	#FarmersProtest	#EndSARS
Pola polarisasi	Agama & identitas	Agama, kasta, nasionalisme	Etnis & ketidaksetaraan politik

Secara keseluruhan, komparasi antara Indonesia, India, dan Nigeria menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik digital di negara-negara pascakolonial tidak hanya dibentuk oleh dinamika teknologi, tetapi juga oleh sejarah kolonial, konfigurasi identitas budaya, serta struktur sosial yang membingkai cara warga menafsirkan pesan politik. Tabel di atas memperjelas bahwa meskipun ketiga negara menghadapi tantangan serupa terkait polarisasi identitas dan amplifikasi algoritmik, masing-masing memiliki pola komunikasi politik yang khas sesuai konteks budaya dan politiknya. Perbedaan-perbedaan ini menegaskan pentingnya pendekatan analitis yang peka budaya dalam memahami wacana politik digital. Selain itu, temuan ini memperkuat urgensi pengembangan kompetensi antarbudaya—baik bagi komunikator politik maupun warga negara guna mendorong dialog publik yang lebih inklusif, meminimalkan eskalasi konflik identitas, dan memperluas kapasitas demokrasi di era digital pascakolonial.

Pembahasan

Pembahasan ini menegaskan bahwa praktik komunikasi politik digital di Indonesia, India, dan Nigeria tidak dapat dilepaskan dari konteks pascakolonial yang membentuk relasi antara simbol budaya, identitas kolektif, dan teknologi media. Dalam perspektif *postcolonial studies*, ruang digital berfungsi sebagai arena tempat memori kolonial dan epistemologi lokal dinegosiasikan kembali melalui praktik komunikasi politik. Temuan ini menunjukkan bahwa pesan politik tidak hanya diproduksi melalui mekanisme teknologi, tetapi juga melalui proses artikulasi identitas yang berakar pada sejarah dan pengalaman kolektif masyarakat pascakolonial. Temuan tersebut sejalan dengan Sinambela, Hendrarini, dan Marpaung (2024) yang menegaskan bahwa penguatan identitas budaya melalui komunikasi partisipatif berperan penting dalam membangun kesadaran kolektif, yang dalam konteks politik digital termanifestasi melalui reproduksi simbol budaya oleh pendukung politik di ruang digital.

Reapropriasi simbol budaya dan agama dalam pesan politik dapat dipahami melalui kerangka *political semiotics*, di mana simbol berfungsi sebagai penanda ideologis yang memadatkan makna sejarah, moralitas, dan legitimasi kekuasaan. Temuan mengenai penggunaan simbol Pancasila, Islam, dan identitas Nusantara di Indonesia; mitologi Hindu dalam narasi Hindutva di India; serta simbol etnis dan pepatah lokal di Nigeria menunjukkan bahwa simbol budaya tidak lagi bersifat representasional, melainkan operasional dalam membangun otoritas politik. Hal ini selaras dengan temuan Sinambela et al. (2024) yang menegaskan bahwa simbol budaya memperoleh kekuatan politis ketika dimaknai secara partisipatif dan kontekstual. Temuan ini diperkuat oleh wawancara dengan Juwono yang menyatakan bahwa simbol budaya di Indonesia mengalami reinterpretasi digital dan berfungsi sebagai alat politik, serta oleh Ghazali dan Syaifuddin yang menegaskan peran strategis simbol visual dan etnolinguistik dalam mobilisasi politik di India dan Nigeria.

Dari perspektif *media ecology*, platform digital membentuk lingkungan komunikasi yang memengaruhi cara simbol dan identitas diproduksi, disirkulasikan, dan ditafsirkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tagar politik seperti #ReformasiDikorupsi, #FarmersProtest, dan #EndSARS tidak hanya berfungsi sebagai alat mobilisasi, tetapi juga membentuk ruang diskursif yang semakin homogen. Fenomena ini menguatkan temuan Putera (2019) yang menyatakan bahwa proses

komunikasi lintas budaya sangat dipengaruhi oleh konteks lingkungan komunikasi tempat interaksi berlangsung. Wawancara dengan Juwono dan Ghazali mempertegas bahwa media sosial beroperasi sebagai arena kontestasi identitas, di mana algoritme platform memperkuat sentimen emosional dan eksklusivisme, sehingga pembentukan ruang gema tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga historis dan ideologis.

Hibriditas bahasa politik yang ditemukan di ketiga negara memperlihatkan ketegangan pascakolonial antara bahasa kolonial, bahasa nasional, dan bahasa lokal. Dalam kerangka *postcolonial studies*, praktik alih kode mencerminkan negosiasi antara otoritas modern dan kedekatan kultural. Temuan ini selaras dengan Putera (2019) yang menunjukkan bahwa komunikasi lintas budaya menuntut adaptasi linguistik untuk menjembatani perbedaan latar sosial dan identitas. Wawancara dengan Syaifuddin memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa formal dan pidgin di Nigeria merupakan strategi untuk menggabungkan legitimasi institusional dengan kedekatan emosional, sementara praktik serupa di Indonesia dan India menunjukkan fungsi bahasa hibrida sebagai strategi politik lintas kelas dan generasi.

Politisasi tradisi dan dominasi wacana visual dalam kampanye digital memperkuat argumen *political semiotics* bahwa makna politik semakin dibangun melalui simbol visual dan afeksi kolektif. Temuan mengenai penggunaan pakaian adat, simbol ritual, dan motif leluhur di Indonesia, India, dan Nigeria menunjukkan bahwa visual budaya menjadi sarana efektif dalam membangun legitimasi dan loyalitas kelompok. Hal ini beresonansi dengan Nuhaula (2022) yang menegaskan bahwa komunikasi antarbudaya sangat bergantung pada pemahaman simbol dan makna kultural dalam mengelola relasi sosial. Pernyataan Ghazali mengenai kuatnya daya persuasif visual budaya mempertegas bahwa estetika visual bukan sekadar ornamen kampanye, melainkan instrumen politik yang memperkuat batas identitas antar kelompok.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa komunikasi politik digital di negara pascakolonial harus dipahami melalui integrasi *postcolonial studies*, *political semiotics*, dan *media ecology*. Sejalan dengan Sinambela et al. (2024), Putera (2019), dan Nuhaula (2022), temuan penelitian ini menekankan pentingnya kompetensi antarbudaya dalam merancang dan menafsirkan pesan politik. Tanpa pemahaman yang mendalam terhadap simbol, bahasa, dan lingkungan media, komunikasi politik digital

berisiko memperkuat polarisasi identitas alih-alih membangun dialog publik yang inklusif dan reflektif.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik digital di Indonesia, India, dan Nigeria merupakan praktik diskursif pascakolonial yang dibentuk oleh interaksi antara warisan kolonial, identitas budaya, dan ekologi media digital. Melalui Analisis Wacana Kritis dan etnografi digital, penelitian ini menunjukkan bahwa ruang digital berfungsi sebagai arena utama pembentukan, negosiasi, dan perebutan identitas politik. Pesan politik tidak hanya dikonstruksi melalui teknologi komunikasi, tetapi juga berakar kuat pada memori kolektif, simbol budaya, dan pengalaman historis yang membentuk cara masyarakat menafsirkan wacana politik di masing-masing negara.

Simpulan berikutnya menegaskan bahwa aktor politik di ketiga negara secara strategis mereapropriasi simbol budaya, agama, dan tradisi visual untuk membangun legitimasi dan memobilisasi dukungan politik. Reapropriasi simbol tersebut, yang diwujudkan melalui meme, tagar, bahasa politik hibrida, dan visual budaya, memperlihatkan bahwa komunikasi politik pascakolonial beroperasi melalui mekanisme semiotik yang kompleks. Pada saat yang sama, algoritme platform digital memperkuat polarisasi identitas dengan menciptakan ruang gema yang membatasi dialog lintas kelompok. Dengan demikian, polarisasi politik tidak semata-mata merupakan konsekuensi teknologi, melainkan hasil dari pertemuan antara sejarah politik identitas dan struktur ekologi media digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan teoritik yang mengintegrasikan postcolonial studies, political semiotics, dan media ecology dalam memahami komunikasi politik digital di masyarakat multikultural. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kompetensi antarbudaya, baik bagi komunikator politik maupun warga negara, guna mendorong literasi budaya dan literasi digital yang lebih kritis. Tanpa pemahaman mendalam terhadap simbol, bahasa, dan konteks media, komunikasi politik digital berpotensi memperkuat fragmentasi identitas alih-alih memperluas dialog publik yang inklusif dan memperkuat kualitas demokrasi di era digital pascakolonial.

REFERENSI

- Abidin, C. (2021). Memetakan selebriti Internet di TikTok: Menjelajahi ekonomi perhatian dan pekerjaan visibilitas. *Media Sosial + Masyarakat*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051211033888>
- Aouragh, M., & Chakravarty, P. (2020). Infrastruktur kekaisaran: Menuju geopolitik kritis media dan studi informasi. *Media, Budaya & Masyarakat*, 42(3), 315–332. <https://doi.org/10.1177/0163443719881200>
- APJII. (2024). *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apji.or.id>
- Bantal, S., & Kilby, A. (2021). Jurnalisme politik dalam transisi: Analisis komparatif outlet berita warisan dan digital. *Jurnalisme*, 22(5), 1053–1071. <https://doi.org/10.1177/1464884919852954>
- Boulianne, S. (2020). Dua puluh tahun efek media digital pada partisipasi sipil dan politik. *Media Baru & Masyarakat*, 22(4), 682–699. <https://doi.org/10.1177/1461444818804373>
- Boulianne, S. (2020). Social media use and political engagement: What do we know and where do we go from here? *Political Communication*, 37(2), 273–280. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723048>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Kaum muda, media digital, dan keterlibatan: Meta-analisis penelitian. *Informasi, Komunikasi & Masyarakat*, 23(2), 230–248. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1485684>
- Chadwick, A., Vaccari, C., & O'Loughlin, B. (2021). Apakah tabloid meracuni sumur media sosial? Menjelaskan berbagi berita yang disfungsi secara demokratis. *Media Baru & Masyarakat*, 23(3), 605–627. <https://doi.org/10.1177/1461444820901349>
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2021). *The decolonial turn in data and technology studies*. *Information, Communication & Society*, 24(6), 771–787. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1734035>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025 Global Overview Report*. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com>
- Ekström, M., & Shehata, A. (2022). Komunikasi politik di saat krisis: Tantangan virus corona dan perang. *Jurnal Komunikasi Eropa*, 37(5), 471–487. <https://doi.org/10.1177/02673231221120764>
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2022). Penelitian komunikasi politik komparatif: Tantangan dan perspektif. *Komunikasi Politik*, 39(4), 433–446. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2037862>
- Farkas, J., & Bene, M. (2021). Gambar, informasi yang salah, dan epistemologi perhatian: Komunikasi politik visual di Facebook. *Media, Budaya & Masyarakat*, 43(6), 1014–1033. <https://doi.org/10.1177/0163443720972316>
- Fuchs, C. (2020). Komunikasi dan kapitalisme: Teori kritis. *Universitas Westminster Press*. <https://doi.org/10.16997/book45>
- Groshek, J., & Koc-Michalska, K. (2020). Perbandingan lintas nasional komunikasi politik populis di era digital. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 14, 4265–4287.
- Habib, M. A. (2023). Digital religiosity and ethno-populism in Indonesia: How online symbolism shapes political mobilisation. *Journal of Asian Media Studies*, 15(3), 221–238.

- Habib, R. (2023). Wacana politik di Indonesia: Kebangkitan populisme Islam di media sosial. *Jurnal Komunikasi Asia*, 33(2), 188–205. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2170191>
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2021). The role of digital media in contentious politics. *Journal of Democracy*, 32(3), 12–26.
- Howard, PN, & Hussain, MM (2021). Gelombang keempat demokrasi? Media digital dan Musim Semi Arab ditinjau kembali. *Jurnal Demokrasi*, 32(1), 75–89. <https://doi.org/10.1353/jod.2021.0004>
- Ibrahim, Y. (2021). Diaspora digital, identitas, dan pengaruh politik: Mengkonfigurasi ulang kepemilikan di antara migran generasi kedua. *Informasi, Komunikasi & Masyarakat*, 24(7), 976–992. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736123>
- Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2022). Politicians on Facebook in Ghana and Pakistan: Cross-cultural dynamics of digital political communication. *Telematics and Informatics*, 67, 101741. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101741>
- Karlsen, R., & Enjolras, B. (2020). Gaya kampanye media sosial dan pengaruh dalam komunikasi politik hibrida. *Informasi, Komunikasi & Masyarakat*, 23(10), 1390–1407. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1581245>
- Khiabany, G. (2020). Postcolonial media theory: De-westernising media and communication studies. *Media, Culture & Society*, 42(4), 492–508. <https://doi.org/10.1177/0163443720904995>
- Kim, Y., & Chen, H.-T. (2021). Multilingual political communication and identity segmentation on digital platforms in India. *International Journal of Communication*, 15, 344–366.
- Lim, M. (2020). Etnonasionalisme Nusantara: Media sosial dan politik identitas di Indonesia. *Media Baru & Masyarakat*, 22(11), 1984–2001. <https://doi.org/10.1177/1461444819885342>
- Lim, M. (2020). The internet and the rise of ethnonationalism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 50(4), 571–589. <https://doi.org/10.1080/00472336.2019.1651928>
- Loader, BD, & Mercea, D. (2020). Media sosial dan demokrasi: Inovasi dalam politik partisipatif. *Routledge*.
- McNair, B. (2022). *Pengantar komunikasi politik* (edisi ke-6). Routledge.
- Mutsvairo, B., & Bebawi, S. (2020). Jurnalisme, demokrasi, dan hak asasi manusia di Afrika pascakolonial. *Studi Jurnalisme*, 21(10), 1326–1342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1731044>
- Neuman, WR, Guggenheim, L., & Park, YJ (2021). Polarisasi politik dan media sosial: Pembingkai masalah selama pemilu. *Komunikasi Politik*, 38(1–2), 1–25. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1849629>
- Nieborg, DB, & Poell, T. (2020). Platformisasi produksi budaya. *Komunikasi, Budaya & Kritik*, 13(2), 257–275. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz017>
- Pariser, E. (2021). *Gelembung filter: Bagaimana web baru yang dipersonalisasi mengubah apa yang kita baca dan cara kita berpikir*. Buku Penguin.
- Postill, J. (2022). Munculnya populisme nasionalis di Asia digital. *Media Internasional Australia*, 182(1), 47–59. <https://doi.org/10.1177/1329878X221087251>
- Rauschenbach, M., & Paula, D. (2023). Meme politik dan kode budaya di Amerika Latin. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 17, 1432–1450.

- Recuero, R., & Gruzd, A. (2023). Disinformasi dalam jaringan komunikasi lintas budaya. *Media Sosial + Masyarakat*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.1177/20563051221134521>
- Salem, S. (2020). Memahami otoritarianisme digital: Kasus Mesir. *Media, Budaya & Masyarakat*, 42(4), 592–607. <https://doi.org/10.1177/0163443719885465>
- Schoon, E. (2021). Bagaimana sejarah pascakolonial membentuk budaya politik. *Forum Sosiologis*, 36(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/socf.12681>
- Smyth, T., & Best, M. L. (2019). Tweeting democracy in Africa: How digital activism affects political participation. *Information Technology for Development*, 25(3), 527–542.
- Sunstein, CR (2021). *#Republic: Demokrasi terpecah di era media sosial*. Princeton University Press.
- Tufekci, Z. (2022). Media sosial dan protes: Pengorganisasian gerakan digital. *Tinjauan Tahunan Sosiologi*, 48, 335–355. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-030420-093224>
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2021). *Masyarakat platform: Nilai-nilai publik di dunia penghubung* (edisi ke-2). Oxford University Press.
- Waisbord, S. (2023). Populisme sebagai ideologi media. *Jurnalisme*, 24(3), 345–362. <https://doi.org/10.1177/14648849221099188>
- Wekesa, B. (2020). Negara dan media pascakolonial di Afrika: Tinjauan kritis. *Studi Jurnalisme Afrika*, 41(1), 12–27. <https://doi.org/10.1080/23743670.2020.1733543>
- Zhu, Q., & Chen, H. (2020). Partisipasi politik online lintas budaya: Pengaruh nilai-nilai budaya dan keterlibatan media baru. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 14, 1985–2002
- Sinambela, L., Hendrarini, D., & Marpaung, A. H. (2024). Penguatan Identitas Budaya Terhadap Pemuda Indonesia Melalui Komunikasi Partisipatif Program Perintis NGO Ibeka. *Comunicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 2024.
- Putera, A. S. (2019). Komunikasi Lintas Budaya dalam Proses Belajar Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare Kediri. *Comunicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 2019.
- Nuhaula, S. (2022). Pola Komunikasi Antarbudaya dalam Penyelesaian Konflik Rumah Tangga pada Pasangan Kawin Campur Indonesia–Turki di Istanbul. *Comunicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 2022.