



Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Professor of Management NUP: 9903252922

Professor Emeritus, IPB-University

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988, dan

Rektor, Kampus AGRO Manokwari sekarang Universitas Papua Manokwari

Coordinator, CIDA/DIKTI SFU Burnaby BC Canada 1988-1991

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Chairman. Board of Professors, IPB-University, Bogor (2005-2006)

AI - Data Analyst, dan Chairman, Academic Senate, IBM-ASMI, Jakarta 2024-

---

© RudyCT Academic Series

[rudyct75@gmail.com](mailto:rudyct75@gmail.com)

20 March 2026

## **BAHASA, MEDIA SOSIAL, DAN KUASA NARASI**

### **Abstrak**

Esai ini membahas hubungan antara bahasa, media sosial, dan kuasa narasi dalam pembentukan realitas sosial di era digital. Pokok argumennya adalah bahwa bahasa di media sosial tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat penyampai informasi, melainkan sebagai instrumen framing, legitimasi, mobilisasi emosi, pembentukan identitas kolektif, dan pengendalian perhatian publik. Dalam ruang digital, makna diproduksi dan diperebutkan tidak hanya oleh negara, media arus utama, atau lembaga formal, tetapi juga oleh platform digital, influencer, komunitas daring, jaringan politik, dan pengguna biasa. Esai ini menguraikan bagaimana media sosial membentuk ekologi komunikasi baru yang mempercepat sirkulasi pesan, memperkuat logika viralitas, dan menempatkan algoritma sebagai aktor penting dalam distribusi visibilitas. Pembahasan juga menyoroti relasi antara bahasa dan kuasa simbolik, peran framing dalam perebutan makna, dinamika ekonomi perhatian, serta meningkatnya risiko disinformasi, propaganda digital, polarisasi, dan krisis deliberasi publik. Pada akhirnya, esai ini menegaskan bahwa pertarungan narasi di media sosial adalah pertarungan atas definisi realitas sosial itu sendiri. Karena itu, warga digital membutuhkan literasi kritis, etika komunikasi, dan kesadaran terhadap desain platform agar tidak mudah dimanipulasi oleh arus simbolik yang tampak spontan tetapi sering dibentuk oleh kepentingan politik, ekonomi, dan teknologi. ([OUP Academic](#))

## **Kata Kunci**

Bahasa; media sosial; kuasa narasi; framing; kuasa simbolik; ruang publik digital; algoritma; ekonomi perhatian; disinformasi; polarisasi.

## **Bahasa, Media Sosial, dan Kuasa Narasi**

### **Pertarungan Makna dalam Ruang Publik Digital**

#### **Pendahuluan**

Kita hidup dalam zaman ketika kata-kata tidak pernah benar-benar diam. Ia beredar, beresonansi, dipotong, dikutip ulang, disalahpahami, dipelintir, lalu dibagikan kembali dalam kecepatan yang belum pernah dikenal dalam sejarah manusia. Bahasa yang dahulu bertumbuh perlahan dalam percakapan tatap muka, media cetak, pidato publik, atau ruang kelas, kini bergerak melintasi batas geografis dalam hitungan detik melalui media sosial. Sebuah kalimat pendek, sebuah tagar, potongan video berdurasi lima belas detik, atau sebuah meme dapat mengubah arah percakapan publik, mengguncang reputasi seseorang, menggerakkan solidaritas, memicu kemarahan massa, bahkan memengaruhi kebijakan publik. Dalam konteks ini, bahasa tidak lagi dapat dipahami sekadar sebagai alat komunikasi. Bahasa adalah arena kuasa. Bahasa adalah instrumen pembentuk realitas sosial. Dan media sosial adalah ruang percepatan pertarungan narasi tersebut.

Ketika orang berbicara tentang teknologi digital, mereka sering kali fokus pada aspek teknis: perangkat, aplikasi, kecerdasan buatan, jaringan, data, dan algoritma. Semua itu memang penting. Namun, pada level yang lebih dalam, inti dari dunia digital tetaplah soal makna. Manusia tidak hidup hanya oleh informasi, melainkan oleh interpretasi atas informasi. Fakta mentah jarang berbicara dengan sendirinya. Ia selalu hadir melalui pemingkaiian, penamaan, penekanan, pemilihan diksi, urutan penyajian, simbol visual, dan konteks emosional. Di sinilah bahasa memainkan peran

strategis. Dalam media sosial, bahasa tidak sekadar menyampaikan apa yang terjadi, tetapi menentukan bagaimana sesuatu itu dipahami, siapa yang dianggap benar, siapa yang dicurigai, siapa yang diposisikan sebagai korban, pahlawan, ancaman, atau musuh bersama.

Karena itu, pembicaraan tentang bahasa, media sosial, dan kuasa narasi sesungguhnya adalah pembicaraan tentang politik makna dalam masyarakat digital. Siapa yang memiliki kemampuan untuk memberi nama pada peristiwa? Siapa yang mampu membuat sebuah istilah menjadi viral? Siapa yang bisa mengubah suatu kejadian lokal menjadi simbol global? Siapa yang menentukan kata-kata apa yang dianggap wajar, progresif, patriotik, radikal, anti-nasional, ilmiah, atau sesat? Pertanyaan-pertanyaan ini sangat penting karena kuasa pada abad ke-21 tidak hanya berada pada mereka yang menguasai wilayah fisik, modal ekonomi, atau aparat negara, tetapi juga pada mereka yang mengendalikan arus simbolik. Dalam dunia yang dibanjiri informasi, kuasa terbesar sering kali justru terletak pada kemampuan membentuk perhatian, mengarahkan emosi, dan mengatur bahasa publik.

Media sosial telah mengubah struktur komunikasi secara mendasar. Dulu, produksi narasi publik relatif terkonsentrasi pada lembaga besar seperti pemerintah, media massa, universitas, atau institusi keagamaan. Kini, siapa pun dengan akses internet dapat menjadi produsen narasi. Ini tampak demokratis, dan memang ada sisi emansipatoris di dalamnya. Kelompok marginal dapat bersuara. Gerakan akar rumput dapat membangun solidaritas. Pengetahuan alternatif dapat menembus dominasi institusi formal. Namun, demokratisasi produksi pesan tidak otomatis berarti demokratisasi kuasa. Justru karena semua orang dapat berbicara, persaingan untuk mendapat perhatian menjadi sangat ketat. Dalam situasi ini, mereka yang memahami logika platform, emosi massa, teknik framing, dan pola viralitas sering kali lebih berhasil mempengaruhi opini publik dibanding mereka yang sekadar membawa kebenaran substantif.

Esai ini berangkat dari tesis bahwa di era digital, bahasa di media sosial telah menjadi instrumen utama dalam perebutan kuasa narasi. Melalui bahasa, aktor-aktor sosial membingkai realitas, memobilisasi afeksi, membentuk identitas kolektif, menegakkan legitimasi, dan mengarahkan tindakan sosial. Kuasa narasi bekerja bukan hanya melalui isi pesan, tetapi juga melalui bentuk penyajian, pengulangan, algoritma distribusi, otoritas simbolik, dan budaya partisipasi pengguna. Dengan pendekatan akademik-naratif, tulisan ini akan membahas: pertama, bagaimana bahasa bekerja sebagai pembentuk realitas sosial; kedua, bagaimana media sosial mengubah ekologi komunikasi dan struktur kuasa; ketiga, bagaimana narasi diproduksi, disebar, dan diperebutkan; keempat, bagaimana algoritma dan ekonomi perhatian memperkuat pertarungan itu; kelima, bagaimana disinformasi, propaganda, dan polarisasi lahir dalam kondisi tersebut; keenam, bagaimana hal itu memengaruhi demokrasi, identitas, dan budaya publik; dan ketujuh, bagaimana literasi kritis perlu dibangun agar warga digital tidak sekadar menjadi konsumen narasi, melainkan subjek yang reflektif.

Tema ini penting bukan hanya untuk akademisi komunikasi atau pengamat media, melainkan untuk setiap warga yang hidup di zaman digital. Guru, dosen, mahasiswa, pejabat, pengusaha, pemuka agama, jurnalis, orang tua, dan generasi muda semuanya berhadapan dengan kenyataan bahwa dunia sosial kini semakin dimediasi oleh narasi digital. Tanpa kemampuan membaca bagaimana bahasa bekerja, masyarakat mudah terombang-ambing oleh arus opini yang keras namun dangkal. Mereka dapat dengan mudah mengira bahwa yang paling viral adalah yang paling benar, bahwa yang paling sering diulang adalah yang paling sah, atau bahwa yang paling emosional adalah yang paling otentik. Di titik inilah pembahasan tentang bahasa, media sosial, dan kuasa narasi menjadi bukan hanya relevan, tetapi mendesak.

## **1. Bahasa sebagai Pembentuk Realitas Sosial**

Dalam pandangan tradisional yang sederhana, bahasa sering dipahami sebagai alat netral untuk menyampaikan pikiran. Seolah-olah ada realitas objektif di luar sana, lalu bahasa hanya bertugas membungkusnya agar dapat dipahami orang lain. Pandangan ini berguna untuk keperluan tertentu, tetapi tidak cukup menjelaskan apa yang terjadi dalam kehidupan sosial. Dalam kenyataan, bahasa bukan sekadar cermin realitas; bahasa ikut membentuk realitas. Cara kita menamai sesuatu mempengaruhi cara kita memikirkannya, menilainya, dan meresponsnya.

Ketika sebuah kebijakan disebut "reformasi", ia membawa nuansa perubahan positif, kemajuan, dan pembaruan. Namun jika kebijakan yang sama disebut "pembongkaran", nuansa maknanya berubah menjadi destruktif dan mengancam. Ketika perpindahan penduduk disebut "migrasi", itu terdengar administratif dan deskriptif; ketika disebut "gelombang pendatang", kesannya bisa menjadi ancaman. Ketika pengetatan hukum disebut "ketertiban", sebagian orang merasa aman; ketika disebut "represi", yang muncul adalah kekhawatiran. Realitas kebijakan mungkin sama, tetapi bahasa yang digunakan membentuk horizon interpretasi yang berbeda.

Bahasa juga menentukan batas dari yang dapat dibayangkan. Istilah-istilah tertentu menciptakan kategori mental yang kemudian memandu perhatian publik. Misalnya, ketika masyarakat mulai akrab dengan istilah "toxic masculinity", "cancel culture", "echo chamber", "deepfake", atau "post-truth", mereka tidak hanya mempelajari kata baru, tetapi juga belajar melihat fenomena tertentu sebagai masalah sosial yang layak dibahas. Dengan kata lain, bahasa membuka dan menutup kemungkinan berpikir.

Dalam ranah sosial, bahasa juga memiliki daya performatif. Ada kata-kata yang tidak hanya mendeskripsikan dunia, tetapi sekaligus melakukan tindakan. Ketika hakim mengatakan "diputuskan", ketika pejabat mengatakan "resmi diberlakukan", ketika dosen mengatakan "Anda lulus",

atau ketika seseorang menulis "saya minta maaf", bahasa tidak sekadar melukiskan keadaan; ia menciptakan keadaan baru. Di media sosial, daya performatif ini semakin kentara. Sebuah pernyataan tokoh publik dapat memicu aksi boikot, unjuk rasa, penurunan harga saham, atau gelombang dukungan. Kata-kata menjadi tindakan sosial.

Lebih jauh, bahasa tidak pernah bebas dari struktur kuasa. Tidak semua orang memiliki kemampuan yang sama untuk membuat definisinya diterima publik. Ada bahasa resmi negara, ada bahasa media arus utama, ada bahasa akademik, ada bahasa agama, ada bahasa aktivisme, dan ada bahasa pasar. Masing-masing membawa legitimasi yang berbeda. Orang dengan jabatan tertentu, jumlah pengikut besar, atau akses ke media dominan memiliki peluang lebih besar untuk membuat versinya tentang kenyataan diterima sebagai "kebenaran umum". Karena itu, perebutan bahasa selalu sekaligus perebutan otoritas.

Dalam konteks media sosial, proses ini menjadi lebih cair tetapi juga lebih intens. Bahasa resmi tidak lagi otomatis menang. Bahasa yang ringkas, tajam, emosional, visual, dan mudah direplikasi sering kali lebih kuat daripada bahasa yang panjang dan rumit. Inilah sebabnya narasi yang secara akademik lemah bisa sangat berpengaruh bila disampaikan dalam format yang sesuai logika platform. Di sisi lain, gagasan yang kuat bisa tenggelam jika tidak mampu menyesuaikan diri dengan ritme komunikasi digital. Maka, memahami bahasa dalam era media sosial berarti memahami bagaimana makna diproduksi di tengah kompetisi perhatian yang sengit.

## **2. Media Sosial sebagai Ekologi Komunikasi Baru**

Media sosial tidak hanya menambah satu saluran komunikasi baru ke dalam kehidupan manusia. Ia mengubah keseluruhan ekologi komunikasi. Istilah ekologi di sini penting, karena yang berubah bukan hanya medianya, tetapi relasi antara produsen pesan, distribusi pesan, audiens, tempo komunikasi, dan struktur otoritas. Media sosial menciptakan kondisi di mana batas antara produsen dan konsumen pesan menjadi kabur.

Pengguna bukan hanya penerima informasi, tetapi juga penyunting, pengomentor, penafsir, penyebar, dan pencipta ulang makna.

Dalam media tradisional, aliran informasi umumnya bersifat satu-ke-banyak. Redaksi surat kabar, stasiun televisi, atau lembaga penyiaran memilih isu, menyusun berita, lalu menyebarkannya kepada publik. Publik bisa setuju atau tidak, tetapi ruang partisipasinya terbatas. Dalam media sosial, pola itu berubah menjadi banyak-ke-banyak. Satu unggahan dapat segera direspons, dikritik, diparodikan, dipotong, atau di-remix oleh ribuan orang. Komunikasi menjadi lebih partisipatif, lebih cepat, dan lebih tidak terduga.

Di satu sisi, transformasi ini membuka peluang demokratisasi. Suara-suara yang dahulu terpinggirkan bisa muncul ke permukaan. Gerakan sosial dapat dibangun dari bawah. Saksi peristiwa dapat melaporkan kejadian tanpa harus menunggu media besar. Pengetahuan lokal dapat memperoleh panggung. Namun di sisi lain, media sosial juga menciptakan banjir informasi yang mempersulit verifikasi. Ketika semua orang dapat berbicara, otoritas menjadi terfragmentasi. Kredibilitas tidak lagi selalu ditentukan oleh kualifikasi, melainkan sering oleh visibilitas. Yang terkenal terdengar meyakinkan, meskipun tidak kompeten; yang kompeten bisa tenggelam bila tidak punya resonansi digital.

Media sosial juga memendekkan siklus perhatian. Isu yang hari ini mendominasi pembicaraan publik bisa lenyap esok hari, tergantikan oleh skandal, meme, tragedi, atau sensasi baru. Dalam ekologi seperti ini, narasi harus bertarung tidak hanya untuk dipercaya, tetapi lebih dulu untuk terlihat. Maka, format pesan pun berubah: lebih singkat, lebih tajam, lebih visual, lebih emosional. Bahasa panjang yang argumentatif sering kalah cepat dari slogan, tagar, dan potongan video. Akibatnya, ruang publik digital cenderung memberi penghargaan pada pesan yang mudah diproses dan cepat memicu reaksi, bukan yang paling teliti dan bernuansa.

Selain itu, media sosial mengaburkan batas antara ranah privat dan publik. Percakapan personal dapat dengan cepat menjadi konsumsi massal. Candaan internal bisa menjadi kontroversi nasional. Status pribadi dapat dibaca sebagai pernyataan politik. Hal ini memperbesar konsekuensi sosial dari pilihan bahasa. Satu kata yang salah tempat bisa menimbulkan badai reputasi. Sebaliknya, satu ungkapan yang tepat waktu bisa mengangkat seseorang menjadi simbol gerakan.

Yang tidak kalah penting, media sosial menjadikan komunikasi semakin terikat pada data. Setiap klik, suka, komentar, waktu tonton, dan pola interaksi dicatat, diolah, lalu digunakan untuk mengoptimalkan distribusi konten. Dengan kata lain, komunikasi kini tidak hanya diproduksi oleh manusia, tetapi juga diatur oleh mesin. Kuasa narasi bukan lagi semata soal siapa menulis paling baik, tetapi juga siapa yang paling mampu beroperasi dalam logika platform yang diatur algoritma. Di sinilah pertemuan antara bahasa, teknologi, dan kuasa menjadi sangat nyata.

### **3. Narasi, Framing, dan Perebutan Makna**

Narasi adalah cara manusia menyusun peristiwa menjadi cerita yang bermakna. Ia bukan sekadar rangkaian fakta, melainkan struktur interpretasi. Dalam narasi, ada tokoh, konflik, tujuan, ancaman, korban, harapan, dan resolusi. Manusia sangat peka terhadap bentuk naratif karena sejak lama memahami dunia melalui cerita. Oleh karena itu, dalam politik, bisnis, agama, pendidikan, dan kehidupan sehari-hari, narasi memainkan peran sentral.

Di media sosial, narasi menjadi sangat penting karena platform digital tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mempercepat kompetisi antar-cerita. Untuk satu peristiwa yang sama, bisa muncul banyak narasi yang saling berebut legitimasi. Sebuah demonstrasi, misalnya, dapat dibingkai sebagai ekspresi demokratis oleh satu kelompok, sebagai gangguan keamanan oleh kelompok lain, dan sebagai bukti ketidakmampuan

pemerintah oleh pihak ketiga. Fakta lapangan mungkin sebagian sama, tetapi narasi yang menyusunnya berbeda.

Konsep *framing* membantu menjelaskan proses ini. Framing adalah cara memilih aspek tertentu dari realitas lalu menonjolkannya sehingga publik memahami peristiwa dalam kerangka tertentu. Apa yang disorot? Apa yang dikesampingkan? Kata apa yang dipakai? Gambar mana yang dipilih? Apakah fokusnya pada kerusakan, tuntutan, emosi, jumlah peserta, respons aparat, atau konteks sejarah? Semua pilihan itu bukan netral. Ia membentuk pemaknaan.

Dalam media sosial, framing menjadi lebih cair dan cepat daripada dalam media tradisional. Dulu framing banyak ditentukan editor. Kini framing bisa muncul dari ribuan pengguna yang saling menguatkan atau menantang. Tagar adalah salah satu bentuk framing yang sangat efektif. Sebuah tagar tidak hanya mengelompokkan percakapan, tetapi juga memberi nama pada realitas. Ia dapat mengubah kasus individual menjadi simbol struktural, atau sebaliknya mereduksi isu kompleks menjadi slogan yang mudah dibela atau diserang.

Kekuatan narasi terletak pada kemampuannya menyederhanakan dunia yang rumit menjadi pola yang mudah dipahami. Namun justru karena itu, narasi juga berbahaya bila terlalu reduktif. Masalah sosial yang kompleks sering dikemas menjadi pertarungan antara "kita" dan "mereka", "rakyat" dan "elit", "iman" dan "musuh", "nasionalis" dan "pengkhianat", "modern" dan "kolot". Dikotomi seperti ini ampuh secara emosional, tetapi miskin secara analitis. Ia mengorbankan nuansa demi mobilisasi.

Di sisi lain, tanpa narasi, fakta sering kali tidak punya daya gerak sosial. Laporan ilmiah yang akurat belum tentu menyentuh publik bila tidak diterjemahkan menjadi cerita yang dapat dipahami dan dirasakan. Maka tantangannya bukan menghapus narasi, melainkan membangun narasi yang bertanggung jawab: cukup kuat untuk menggerakkan, tetapi cukup jujur untuk tidak memanipulasi.

Dalam konteks kuasa, mereka yang mampu mengendalikan narasi memiliki keuntungan besar. Mereka dapat menentukan isu apa yang tampak penting, emosi apa yang wajar, dan tindakan apa yang dianggap perlu. Dalam dunia digital, kuasa itu bisa dimiliki pemerintah, partai, korporasi, aktivis, komunitas penggemar, atau figur publik. Kadang narasi dominan datang dari institusi besar; kadang justru lahir dari kelompok kecil yang cerdas membaca momentum digital. Perebutan narasi karena itu tidak pernah selesai. Ia adalah denyut tetap dari ruang publik modern.

#### **4. Kuasa Simbolik dan Otoritas di Ruang Digital**

Kuasa tidak selalu tampil dalam bentuk paksaan. Ada bentuk kuasa yang lebih halus namun sangat efektif, yaitu kuasa simbolik. Kuasa simbolik bekerja ketika makna, nilai, dan definisi tertentu diterima sebagai wajar, normal, atau sah tanpa banyak dipertanyakan. Ia tidak memaksa orang secara kasar, melainkan membuat orang ikut mengamini suatu cara melihat dunia. Dalam kehidupan sosial, kuasa simbolik sangat penting karena masyarakat tidak bisa terus hidup hanya dengan paksaan; mereka perlu persuasi, legitimasi, dan penerimaan.

Di ruang digital, kuasa simbolik bekerja melalui bahasa, citra, reputasi, verifikasi sosial, dan pola pengulangan. Akun dengan jutaan pengikut, centang verifikasi, atau asosiasi dengan lembaga ternama sering memperoleh kepercayaan awal sebelum isi pesannya diperiksa. Sebaliknya, suara dari pinggiran harus bekerja lebih keras untuk diakui. Namun ruang digital juga memungkinkan pembalikan simbolik: akun anonim bisa tiba-tiba memperoleh otoritas jika berhasil menangkap emosi publik, membocorkan informasi penting, atau menyusun narasi yang resonan.

Otoritas di media sosial bersifat paradoksal. Ia bisa berasal dari kompetensi, tetapi juga dari performa. Ada pakar yang otoritatif karena pengetahuannya. Ada juga figur yang dianggap otoritatif karena tampil percaya diri, konsisten, dan dekat dengan pengikutnya, meskipun basis keilmuannya lemah. Dalam banyak kasus, audiens digital lebih mudah

mempercayai mereka yang terasa autentik daripada mereka yang terdengar formal. Hal ini menunjukkan bahwa dalam budaya digital, kredibilitas dibentuk tidak hanya oleh isi, tetapi juga oleh gaya.

Kuasa simbolik juga tampak dalam kemampuan menetapkan standar bahasa yang dianggap sah. Misalnya, istilah tertentu dapat menjadi dominan sehingga pihak lain terpaksa bermain dalam kerangka yang sama. Jika sebuah isu sudah dibingkai dengan istilah yang berat sebelah, perdebatan selanjutnya sering hanya bergerak dalam batas yang telah ditentukan. Di titik inilah perang kata menjadi penting. Siapa lebih dulu memberi nama, sering memiliki keunggulan besar.

Dalam konteks politik, kuasa simbolik tampak ketika figur tertentu berhasil menjadi "narator bangsa", yakni pihak yang definisinya tentang keadaan nasional dipakai luas oleh publik. Dalam konteks pasar, merek yang kuat mampu membuat produknya bukan hanya dibeli, tetapi juga menjadi simbol gaya hidup dan identitas. Dalam konteks sosial-budaya, influencer dapat menentukan apa yang dianggap keren, relevan, layak dibicarakan, atau memalukan. Semua ini menunjukkan bahwa kuasa narasi adalah bagian integral dari kuasa sosial secara keseluruhan.

## **5. Algoritma, Viralitas, dan Ekonomi Perhatian**

Salah satu kesalahan umum dalam memahami media sosial adalah menganggap bahwa konten paling populer adalah konten yang paling disukai publik secara organik. Dalam kenyataan, distribusi konten di platform digital sangat dipengaruhi oleh algoritma. Algoritma adalah seperangkat aturan komputasional yang menentukan konten mana yang ditampilkan, kepada siapa, kapan, dan dalam konteks apa. Ia bekerja berdasarkan data perilaku pengguna, tujuan bisnis platform, dan optimasi keterlibatan.

Artinya, ruang publik digital tidak sepenuhnya netral. Ia dikurasi secara otomatis oleh sistem yang dirancang untuk memaksimalkan perhatian. Dalam ekonomi digital, perhatian adalah komoditas. Waktu yang

dihabiskan pengguna di platform menghasilkan data, paparan iklan, dan keuntungan ekonomi. Karena itu, platform cenderung memberi prioritas pada konten yang membuat orang bertahan, bereaksi, dan kembali lagi. Sering kali, konten yang paling efektif untuk tujuan itu adalah yang memicu emosi kuat: marah, takut, kagum, geli, atau tersinggung.

Akibatnya, bahasa di media sosial terdorong ke arah tertentu. Pesan yang penuh nuansa, berhati-hati, dan kompleks sering kalah dari pesan yang tegas, sensasional, dan emosional. Judul yang provokatif lebih cepat menarik klik daripada judul yang presisi. Konten yang mengonfirmasi keyakinan pengguna lebih mudah dibagikan daripada yang menantanginya. Dengan demikian, algoritma tidak sekadar menyalurkan narasi; ia membentuk kondisi seleksinya.

Viralitas juga mengubah nilai sebuah pesan. Dalam logika media sosial, sesuatu yang viral sering dipersepsikan penting, meskipun nilai pentingnya semu. Banyak orang menyimpulkan, "Kalau ramai dibicarakan, berarti ada benarnya." Padahal viralitas hanya menunjukkan tingkat penyebaran, bukan kualitas kebenaran. Namun dalam psikologi sosial, paparan berulang dapat menciptakan efek familiaritas yang membuat suatu klaim terasa lebih masuk akal.

Ekonomi perhatian mendorong kompetisi intensif antar-konten. Setiap akun, institusi, atau gerakan harus bertarung dalam arus yang padat. Ini membuat strategi naratif menjadi semakin penting. Orang belajar menggunakan judul yang mencolok, visual yang kuat, potongan kalimat yang mudah diingat, dan emosi yang tajam. Di sinilah batas antara komunikasi dan manipulasi menjadi tipis. Jika semua orang dipaksa berteriak agar terlihat, ruang publik cenderung berubah menjadi arena kebisingan.

Namun, algoritma tidak bersifat deterministik sepenuhnya. Pengguna masih memiliki agensi. Mereka bisa memilih apa yang dibaca, siapa yang diikuti, bagaimana merespons, dan sejauh mana memverifikasi.

Masalahnya, banyak pengguna tidak menyadari sejauh mana perilaku mereka ikut melatih algoritma. Setiap kali seseorang membagikan konten yang belum diverifikasi karena marah atau terhibur, ia tidak hanya menyebarkan pesan, tetapi juga memberi sinyal pada sistem bahwa konten serupa layak diprioritaskan. Dengan kata lain, kuasa narasi di media sosial lahir dari interaksi antara desain platform dan kebiasaan pengguna.

## **6. Bahasa Emosi, Polarisasi, dan Budaya Kemarahan**

Media sosial sangat efektif dalam mengedarkan emosi. Ini terjadi karena emosi sosial dapat ditularkan melalui kata-kata, gambar, suara, dan ritme interaksi. Ketika seseorang membaca unggahan yang penuh amarah, ketakutan, atau ejekan, ia tidak sekadar menerima informasi, tetapi juga terdorong untuk ikut merasakan dan bereaksi. Emosi mempercepat sirkulasi narasi karena ia memotong jalur analisis rasional yang lambat dan langsung mengaktifkan impuls berbagi.

Bahasa emosi memiliki daya mobilisasi yang tinggi. Seruan moral, ungkapan kemarahan, ironi tajam, dan bahasa penghukuman sering kali lebih mudah viral daripada penjelasan panjang. Ini bukan karena masyarakat bodoh, tetapi karena emosi adalah komponen inheren dari kehidupan sosial. Masalah muncul ketika ruang publik terlalu didominasi oleh emosi yang dipanaskan terus-menerus. Dalam kondisi seperti itu, perbedaan pendapat mudah berubah menjadi polarisasi.

Polarisasi tidak hanya berarti orang berbeda pandangan. Polarisasi berarti lawan pandangan dilihat bukan sekadar salah, tetapi jahat, bodoh, berbahaya, atau tidak layak diajak bicara. Media sosial memperkuat polarisasi karena algoritma cenderung menampilkan konten yang relevan dengan preferensi pengguna, menciptakan lingkungan informasi yang sebagian homogen. Dalam lingkungan itu, pengguna lebih sering berinteraksi dengan orang yang sependapat, sementara pandangan lawan hadir dalam bentuk paling ekstrem dan karikatural. Akibatnya, lawan tidak

dipahami dari argumen terbaiknya, melainkan dari versi paling mudah dibenci.

Bahasa memainkan peran sentral dalam polarisasi. Kata-kata penghinaan, labelisasi, dan penyederhanaan identitas membuat dialog semakin sulit. Begitu seseorang dilabeli dengan istilah yang meniadakan kompleksitas dirinya, pembicaraan substantif cenderung berhenti. Di sisi lain, ada insentif digital untuk terus menggunakan bahasa yang memecah, karena bahasa itulah yang memicu interaksi tinggi.

Budaya kemarahan juga berkaitan dengan performativitas moral. Di media sosial, banyak orang mengekspresikan kemarahan bukan hanya untuk menyatakan sikap, tetapi juga untuk menunjukkan identitas moral kepada komunitasnya. Mengecam menjadi cara menandai posisi. Fenomena ini bisa positif bila diarahkan pada ketidakadilan nyata. Namun ia juga bisa melahirkan kompetisi kemurnian moral, di mana orang berlomba menjadi paling keras mengutuk tanpa memberi ruang klarifikasi, konteks, atau pemulihan.

Dengan demikian, bahasa emosi di media sosial adalah medan yang ambivalen. Ia bisa menjadi energi solidaritas dan perlawanan, tetapi juga bahan bakar permusuhan dan penghakiman massal. Tantangan warga digital adalah mengelola emosi tanpa menyerah pada simplifikasi yang destruktif.

## **7. Disinformasi, Propaganda, dan Produksi Kebingungan**

Salah satu konsekuensi paling serius dari ekologi digital adalah meningkatnya disinformasi. Disinformasi bukan sekadar informasi yang salah, tetapi informasi salah atau menyesatkan yang disebar, sering kali dengan tujuan mempengaruhi opini, perilaku, atau stabilitas sosial. Dalam media sosial, disinformasi sangat efektif karena beberapa alasan: formatnya mudah dibuat, biaya distribusinya rendah, verifikasi sering kalah cepat, dan emosi pengguna mempercepat penyebarannya.

Bahasa adalah kendaraan utama disinformasi. Klaim tidak perlu sepenuhnya bohong agar efektif; cukup dibingkai secara selektif, dipotong konteksnya, atau diberi judul yang mengarahkan kesimpulan tertentu. Potongan video tanpa konteks, kutipan setengah kalimat, atau statistik tanpa penjelasan dapat menciptakan persepsi keliru yang sulit diperbaiki. Sekali narasi salah tertanam, koreksi sering datang terlambat dan kurang menarik secara emosional.

Propaganda dalam era digital juga mengalami transformasi. Dulu propaganda identik dengan negara atau rezim totaliter. Kini propaganda dapat dilakukan oleh berbagai aktor: kelompok politik, jaringan ideologis, akun bayaran, perusahaan, bahkan komunitas penggemar yang sangat terorganisasi. Tujuan propaganda bukan hanya membuat orang percaya sesuatu, tetapi juga membentuk iklim kognitif tertentu: kebingungan, sinisme, ketidakpercayaan, atau kelelahan informasi. Dalam kondisi orang bingung dan lelah, mereka menjadi lebih mudah dipengaruhi oleh narasi sederhana yang menawarkan kepastian.

Salah satu strategi penting propaganda modern adalah membanjiri ruang publik dengan begitu banyak versi hingga batas antara fakta dan opini menjadi kabur. Ketika orang merasa "semua media punya kepentingan" dan "tidak ada yang benar-benar bisa dipercaya", mereka rentan menarik diri dari upaya verifikasi. Pada titik ini, propaganda berhasil bukan karena semua orang percaya pesan tertentu, tetapi karena kemampuan masyarakat untuk membedakan yang layak dipercaya melemah.

Fenomena *deepfake*, manipulasi visual, dan otomatisasi akun semakin memperumit situasi. Narasi palsu kini dapat diperkuat oleh teknologi yang meniru keaslian. Dalam dunia seperti ini, literasi bahasa saja tidak cukup; publik memerlukan literasi multimodal yang mampu membaca teks, gambar, suara, dan konteks distribusinya.

Namun perlu dicatat bahwa disinformasi tidak selalu berhasil hanya karena kecanggihan teknis. Ia berhasil karena bertemu dengan kebutuhan

psikologis dan sosial pengguna: keinginan untuk merasa benar, rasa takut, kemarahan, loyalitas kelompok, atau ketidakpercayaan yang sudah ada sebelumnya. Artinya, perang melawan disinformasi tidak cukup dilakukan dengan pemeriksaan fakta semata, tetapi juga dengan memperbaiki budaya komunikasi dan kepercayaan sosial.

### **8. Identitas, Komunitas, dan Politik “Kita” versus “Mereka”**

Media sosial bukan hanya arena pertukaran informasi, tetapi juga arena pembentukan identitas. Orang menggunakan bahasa digital untuk menandai siapa dirinya, kelompok mana yang ia bela, dan nilai apa yang ia pegang. Profil, bio, foto, tagar, pilihan diksi, dan gaya bercanda semuanya menjadi sinyal identitas. Dalam konteks ini, narasi bukan hanya soal penafsiran peristiwa, tetapi juga soal pembentukan “kita”.

Identitas kolektif sering dibangun melalui pembedaan dengan “mereka”. Dalam banyak narasi digital, solidaritas internal diperkuat dengan menegaskan ancaman eksternal. Inilah mengapa bahasa yang membelah sangat efektif. Ia memberi rasa kepastian, kebersamaan, dan tujuan. Ketika orang merasa bagian dari komunitas yang sedang berjuang melawan musuh bersama, keterikatan emosional mereka meningkat.

Namun politik identitas digital memiliki dua sisi. Di satu sisi, ia dapat menjadi alat pemberdayaan bagi kelompok yang selama ini dibungkam. Komunitas marginal dapat saling menemukan, berbagi pengalaman, dan menuntut pengakuan. Di sisi lain, identitas digital dapat membeku menjadi tribalisme baru, di mana loyalitas kelompok lebih penting daripada kebenaran, dan kritik internal dianggap pengkhianatan.

Bahasa memainkan peran penting dalam proses ini. Sebutan untuk diri sendiri dan sebutan untuk pihak lain tidak pernah netral. Pilihan istilah menentukan apakah relasi dipahami sebagai perbedaan yang bisa dinegosiasikan atau sebagai pertentangan eksistensial. Ketika lawan diberi label yang menghapus kemanusiaannya, jalan menuju kekerasan simbolik terbuka lebar.

Dalam masyarakat plural, tantangan besar adalah membangun narasi bersama tanpa menghapus perbedaan. Ini tidak mudah dalam ruang digital yang memberi insentif kuat pada diferensiasi tajam. Namun tanpa upaya itu, media sosial berisiko memperkuat fragmentasi sosial hingga kohesi publik melemah.

## **9. Demokrasi, Ruang Publik, dan Krisis Deliberasi**

Secara ideal, demokrasi membutuhkan ruang publik yang memungkinkan warga bertukar argumen, mendengar perspektif berbeda, dan menilai kebijakan secara rasional. Media sosial pada awal kemunculannya sering dipuji sebagai perluasan ruang publik demokratis. Memang ada dasar untuk optimisme itu: akses berbicara menjadi lebih terbuka, monopoli informasi berkurang, dan pengawasan terhadap kekuasaan bisa datang dari warga biasa.

Namun seiring waktu, terlihat bahwa keterbukaan saja tidak cukup menghasilkan deliberasi yang sehat. Ruang publik digital justru sering dipenuhi kebisingan, penghinaan, manipulasi, dan banjir informasi yang membuat argumen substantif sulit bertahan. Perdebatan tidak selalu bertujuan saling memahami, tetapi sering lebih berupa pertunjukan untuk audiens sendiri. Orang menulis bukan untuk berdialog, melainkan untuk menang, mempermalukan lawan, atau mengumpulkan dukungan simbolik.

Bahasa demokratis membutuhkan beberapa prasyarat: kesediaan mendengar, pengakuan bahwa lawan tetap warga yang sah, komitmen pada fakta yang dapat diuji, dan kemampuan membedakan kritik terhadap gagasan dari serangan terhadap eksistensi pribadi. Media sosial tidak otomatis menghancurkan prasyarat itu, tetapi logikanya sering tidak mendukungnya. Konten yang tenang dan argumentatif kurang menarik dibanding konten yang keras dan singkat. Akibatnya, kualitas diskusi publik menurun.

Selain itu, demokrasi digital menghadapi masalah asimetri sumber daya. Meskipun semua orang bisa berbicara, tidak semua orang bisa

mengorganisasi perhatian dalam skala besar. Aktor dengan modal, jaringan, atau kemampuan teknis dapat mengelola pasukan akun, iklan bertarget, dan strategi amplifikasi. Ini menciptakan ilusi spontanitas pada opini publik yang sebenarnya direayasa.

Krisis deliberasi ini sangat penting untuk diperhatikan karena demokrasi yang sehat tidak cukup bergantung pada prosedur pemilu. Ia juga bergantung pada budaya komunikasi publik. Jika bahasa publik rusak—terlalu sinis, terlalu manipulatif, terlalu terpecah—maka institusi demokrasi formal pun rentan kehilangan legitimasi.

### **10. Peran Influencer, Konten Kreator, dan Otoritas Baru**

Dalam tatanan digital, influencer dan konten kreator menjadi aktor penting dalam produksi narasi. Mereka bukan sekadar penghibur atau pemasar produk. Dalam banyak kasus, mereka berfungsi sebagai perantara makna. Cara mereka menjelaskan isu, memberi opini, memilih topik, dan mengemas pesan memengaruhi jutaan orang. Mereka adalah “editor kultural” baru yang membentuk agenda perhatian masyarakat.

Otoritas influencer lahir dari kedekatan yang dimediasi. Pengikut merasa mengenal mereka secara personal, meskipun hubungan itu asimetris. Rasa kedekatan ini membuat pesan mereka lebih persuasif. Ketika influencer berbicara tentang politik, kesehatan, pendidikan, agama, atau identitas sosial, audiens sering menerimanya bukan hanya sebagai informasi, tetapi sebagai nasihat dari figur yang dipercaya.

Fenomena ini mengubah lanskap kuasa narasi. Dulu, otoritas publik lebih banyak dimonopoli tokoh formal. Kini, seorang kreator dengan kemampuan bercerita yang kuat bisa lebih berpengaruh daripada pejabat atau pakar. Ini membuka peluang positif bila kreator menggunakan pengaruhnya secara bertanggung jawab. Namun ada juga risiko besar bila otoritas simbolik tidak diimbangi tanggung jawab epistemik.

Konten kreator juga sangat memahami logika platform. Mereka tahu pentingnya hook, ritme, visual, emosi, dan kontinuitas. Karena itu, mereka sering lebih efektif menyebarkan ide daripada institusi formal yang komunikasinya kaku. Hal ini memberi pelajaran penting: dalam era digital, kebenaran perlu bukan hanya dibuktikan, tetapi juga dikomunikasikan dengan cerdas.

### **11. Literasi Kritis sebagai Tanggapan Etis**

Menghadapi situasi ini, jawaban yang dibutuhkan bukan nostalgia pada masa sebelum media sosial, melainkan penguatan literasi kritis. Literasi kritis berarti kemampuan membaca bahasa, media, dan kuasa secara reflektif. Ia tidak berhenti pada kemampuan teknis menggunakan aplikasi, tetapi meliputi kecakapan menilai sumber, mengenali framing, memahami motif ekonomi dan politik di balik konten, serta menyadari bagaimana emosi sendiri bisa dimobilisasi.

Literasi kritis dimulai dari pertanyaan-pertanyaan sederhana namun mendasar: Siapa yang berbicara? Dalam posisi apa ia berbicara? Kepada siapa pesan ini ditujukan? Kata apa yang dipilih, dan mengapa? Apa yang ditonjolkan, apa yang disembunyikan? Emosi apa yang hendak dibangkitkan? Apa insentif platform terhadap penyebaran konten ini? Apakah saya bereaksi karena isi pesan, atau karena saya sedang dipancing?

Di ruang pendidikan, literasi kritis harus menjadi bagian inti kurikulum, bukan pelengkap. Mahasiswa perlu dilatih bukan hanya menulis, tetapi juga membaca arus narasi digital. Mereka perlu memahami perbedaan antara argumen, slogan, opini, disinformasi, dan propaganda. Mereka juga perlu belajar bahwa menyebarkan informasi adalah tindakan etis. Setiap klik dan berbagi membawa konsekuensi sosial.

Literasi kritis juga harus diimbangi etika komunikasi. Tidak semua hal yang bisa diucapkan perlu diucapkan dengan cara paling kasar. Tidak semua kesalahan harus berujung pada pemusnahan reputasi. Tidak semua perbedaan harus diperlakukan sebagai ancaman. Etika komunikasi digital

menuntut tanggung jawab, proporsionalitas, dan kesadaran bahwa di balik akun ada manusia nyata.

Pada level institusional, platform digital pun perlu dituntut bertanggung jawab. Tidak cukup membebankan semua tugas pada pengguna. Desain platform, kebijakan moderasi, transparansi algoritma, dan perlindungan terhadap manipulasi harus menjadi bagian dari agenda publik. Namun bahkan regulasi terbaik tidak akan cukup bila budaya komunikasi masyarakat tetap rapuh.

## **12. Menuju Budaya Narasi yang Lebih Sehat**

Apakah mungkin membangun budaya narasi yang lebih sehat di era digital? Jawabannya tidak mudah, tetapi bukan mustahil. Langkah pertama adalah mengakui bahwa narasi selalu ada dan selalu berkuasa. Karena itu, tugas kita bukan menghapus narasi, melainkan memperbaiki kualitasnya. Kita memerlukan narasi yang mampu menjelaskan kompleksitas tanpa tenggelam dalam teknokrasi; yang cukup kuat untuk menggerakkan, tetapi tidak memecah secara serampangan; yang mengundang partisipasi tanpa membenarkan manipulasi.

Kedua, masyarakat perlu menghargai bentuk komunikasi yang tidak selalu paling cepat, tetapi paling bertanggung jawab. Ini berarti memberi ruang bagi jurnalisme yang teliti, akademisi yang komunikatif, edukator yang sabar, dan kreator yang berintegritas. Dalam ekosistem yang sehat, popularitas tidak sepenuhnya menggantikan kredibilitas.

Ketiga, perlu ada upaya sadar untuk membangun jembatan lintas komunitas digital. Polarisasi sering bertahan karena orang hanya berbicara ke dalam kelompoknya sendiri. Dialog lintas perbedaan memang sulit dan kadang melelahkan, tetapi tanpa itu ruang publik akan semakin tersegmentasi.

Keempat, kita perlu memulihkan nilai keheningan reflektif di tengah budaya reaksi instan. Tidak semua isu harus direspons saat itu juga. Kadang

kebijaksanaan justru lahir dari jeda: membaca lebih lengkap, memeriksa sumber, dan mempertimbangkan dampak kata-kata sebelum memposting.

Kelima, narasi kebangsaan, kemanusiaan, dan kebaikan bersama perlu diperbarui agar tetap relevan di era digital. Jika yang tersedia hanya narasi ketakutan dan permusuhan, masyarakat akan mudah terseret ke dalamnya. Kita memerlukan cerita-cerita publik yang menghubungkan, bukan sekadar memecah.

## **Penutup**

Bahasa, media sosial, dan kuasa narasi merupakan tiga unsur yang kini saling bertaut erat dalam membentuk kehidupan publik. Bahasa bukan sekadar alat penyampai pesan, melainkan mekanisme pembentuk realitas sosial. Media sosial bukan hanya saluran komunikasi baru, melainkan ekologi baru yang mengubah tempo, struktur, dan distribusi kuasa dalam ruang publik. Narasi bukan sekadar cerita, melainkan kerangka yang menentukan bagaimana peristiwa dipahami, emosi dimobilisasi, identitas dibentuk, dan tindakan sosial digerakkan.

Dalam ruang digital, kuasa narasi bekerja melalui banyak lapisan: framing, simbol, performa, viralitas, algoritma, reputasi, dan emosi. Aktor-aktor yang mampu menguasai bahasa platform, membaca psikologi audiens, dan menyesuaikan diri dengan ekonomi perhatian memiliki pengaruh besar atas persepsi publik. Namun pengaruh itu tidak selalu digunakan untuk tujuan yang sehat. Disinformasi, propaganda, polarisasi, dan budaya kemarahan menunjukkan bahwa perebutan makna dapat merusak kualitas demokrasi dan kohesi sosial bila tidak diimbangi literasi kritis dan etika komunikasi.

Meski demikian, situasi ini bukan alasan untuk pesimisme total. Media sosial juga membuka peluang bagi partisipasi, solidaritas, dan pembentukan pengetahuan baru. Yang dibutuhkan adalah kecakapan membaca kuasa di balik bahasa dan keberanian membangun praktik komunikasi yang lebih bertanggung jawab. Dalam dunia yang makin

digital, warga yang matang bukanlah mereka yang paling cepat bereaksi, tetapi mereka yang paling mampu memahami bagaimana narasi bekerja, siapa yang diuntungkan olehnya, dan bagaimana bahasa dapat dipakai untuk memperluas keadilan, bukan hanya memperbesar kebisingan.

Pada akhirnya, pertanyaan "siapa mengendalikan makna di era digital?" tidak memiliki satu jawaban tunggal. Makna dikendalikan, diperebutkan, dinegosiasikan, dan diulang oleh banyak aktor sekaligus: platform, negara, pasar, media, influencer, komunitas, dan pengguna biasa. Justru karena tidak ada satu penguasa tunggal, tanggung jawab kita semua menjadi semakin besar. Setiap warga digital adalah bagian dari medan narasi itu. Setiap unggahan, komentar, dan pembagian informasi ikut membentuk kualitas ruang publik kita. Karena itu, di zaman media sosial, etika berbahasa bukan lagi urusan pribadi semata; ia adalah bagian dari tanggung jawab kewargaan.

## **Glosarium**

### **Bahasa**

Sistem simbolik yang dipakai manusia untuk menghasilkan, menyampaikan, dan menegosiasikan makna; dalam perspektif sosial, bahasa juga berperan dalam pembentukan relasi kuasa dan legitimasi.

([Google Books](#))

### **Media sosial**

Platform digital yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, mengomentari, dan mendistribusikan ulang konten dalam jejaring publik atau semi-publik. ([JSTOR](#))

### **Kuasa narasi**

Kemampuan untuk membingkai peristiwa, menentukan istilah kunci, dan mengarahkan bagaimana publik memahami siapa yang benar, salah, penting, berbahaya, atau layak didukung. ([Google Books](#))

### **Framing**

Proses memilih aspek tertentu dari realitas dan menonjolkannya sehingga isu dipahami dalam kerangka interpretasi tertentu. ([OUP Academic](#))

### **Kuasa simbolik**

Bentuk kuasa yang bekerja melalui penerimaan sosial terhadap makna, kategori, dan definisi tertentu sebagai hal yang wajar, sah, atau normal. ([Google Books](#))

### **Ruang publik digital**

Arena diskursif daring tempat warga, institusi, komunitas, dan platform bertemu, berdebat, serta membentuk opini publik melalui arus informasi digital. ([SCIRP](#))

### **Algoritma**

Serangkaian aturan komputasional yang digunakan platform untuk mengurutkan, merekomendasikan, dan memprioritaskan konten, sehingga memengaruhi visibilitas pesan dan perhatian pengguna. ([De Gruyter Brill](#))

### **Ekonomi perhatian**

Kondisi ketika perhatian pengguna menjadi sumber nilai utama dalam platform digital, sehingga konten dirancang untuk memaksimalkan klik, keterlibatan, dan waktu layar. ([Harvard Business School](#))

### **Viralitas**

Penyebaran cepat suatu konten melalui jejaring digital karena mudah direplikasi, memicu emosi, dan sesuai dengan logika platform. ([Google Books](#))

### **Disinformasi**

Informasi salah atau menyesatkan yang disebar untuk memengaruhi persepsi, keputusan, atau perilaku publik. ([De Gruyter Brill](#))

### **Polarisasi**

Kondisi ketika kelompok-kelompok sosial makin terkonsolidasi secara

identitas dan cenderung melihat lawan sebagai ancaman atau pihak yang tidak sah. ([SCIRP](#))

### **Moderasi konten**

Proses platform dalam menyaring, menghapus, membatasi, atau mempertahankan konten pengguna berdasarkan aturan, standar komunitas, dan keputusan operasional tertentu. ([De Gruyter Brill](#))

### **Kapitalisme pengawasan**

Model ekonomi digital yang bertumpu pada ekstraksi data perilaku pengguna untuk prediksi, komersialisasi, dan pengendalian perilaku pasar. ([Harvard Business School](#))

### **Daftar Pustaka (APA 7)**

- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300235029>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and power*. Palgrave Macmillan.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Prompting on Writer's account ([Rudy C Tarumingkeng](#))

<https://chatgpt.com/c/69bcbdf0-8d8c-8399-b00f-0053beb682e2>