

**SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW:
EFEKTIVITAS DAN ETIKA KAMPANYE POLITIK MENGGUNAKAN
WHATSAPP**

Rama Hari Yudha¹, Muhammad Ismunadi²

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi Politik Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

rama.hari@students.paramadina.ac.id

ABSTRAK

Inovasi dalam teknologi komunikasi telah secara fundamental mengubah pola kampanye politik, khususnya melalui penetrasi luas aplikasi pesan instan seperti WhatsApp. Studi ini mengkaji secara kritis dinamika efektivitas serta dilema etika dalam praktik kampanye politik yang berlangsung di ruang digital semi-pribadi ini, yang kini menjadi medium strategis bagi calon legislatif, tim sukses, dan masyarakat pemilih. Menerapkan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada kerangka kerja PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), penelitian ini menunjukkan bahwa WhatsApp menunjukkan efektivitas tinggi dalam menjangkau konstituen dan membentuk opini politik melalui komunikasi yang bersifat personal dan penyebaran pesan yang cepat. Meski demikian, platform WhatsApp juga menghadirkan berbagai persoalan krusial, seperti maraknya disinformasi, tekanan psikologis terhadap pengguna, kesenjangan akses teknologi digital, serta keterbatasan regulasi yang mengatur ruang komunikasi tertutup.

Kata kunci: kampanye politik, WhatsApp, efektivitas, etika, regulasi

ABSTRACT

Advancements in communication technology have fundamentally transformed patterns of political campaigning, particularly through the widespread penetration of instant messaging applications such as WhatsApp. This study critically examines the dynamics of effectiveness and ethical dilemmas in political campaign practices conducted within this semi-private digital space, which has increasingly become a strategic medium for legislative candidates, campaign teams, and voters. Employing a Systematic Literature Review (SLR) approach and guided by the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) framework, the findings reveal that WhatsApp demonstrates a high level of effectiveness in reaching constituents and shaping political opinions through personalized communication and rapid message dissemination. Nevertheless, the platform also presents several critical challenges, including the proliferation of disinformation, psychological pressure on users, disparities in digital access, and the limited regulatory instruments governing communication within closed messaging environments.

Keywords: political campaign, WhatsApp, effectiveness, ethics, regulation

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara individu dan kelompok membentuk serta mengekspresikan identitas budaya. Di era konektivitas tinggi ini, ruang digital menjadi semakin inklusif dan permisif terhadap ekspresi diri. Media sosial, konten digital, serta komunitas daring menciptakan ruang baru tempat identitas budaya dibangun, dinegosiasikan, dan dirayakan. Di dalam ruang-ruang virtual ini, relasi antarbudaya mengalami percepatan yang menciptakan dinamika antara kekuatan globalisasi dan kecenderungan glokalisasi, yang kadang menghasilkan friksi budaya maupun tantangan integrasi, terutama bagi kelompok migran dan komunitas minoritas (Putri et al., 2024).

Selain itu perkembangan teknologi digital telah menciptakan medium akulturasi baru yang memungkinkan interaksi lintas budaya terjadi dengan lebih intens dan bermakna. Melalui jejaring digital serta media social, individu kini dapat mengonstruksi identitas diri yang lentur, adaptif, dan terhubung dalam ekosistem global yang terus berubah (Yau et al., 2020). Dalam konteks ini, ruang digital tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan juga arena pembentukan dan negosiasi identitas di mana nilai-

nilai budaya terus dimaknai ulang agar selaras dengan dinamika masyarakat kontemporer. Identitas budaya kini tidak bersifat tetap, melainkan dibangun melalui interaksi digital dan pengalaman sosial yang berlangsung secara daring (Putri et al., 2024).

Digitalisasi menghadirkan kontradiksi: di satu sisi membuka peluang lebih luas untuk ekspresi diri dan pelestarian budaya, namun di sisi lain menimbulkan tantangan baru seperti isu privasi, pemalsuan identitas, dan kerentanan terhadap kebocoran informasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah (2020), media digital membentuk ruang sosial baru di mana individu dapat membangun sekaligus menegosiasikan identitasnya melalui simbol, narasi, dan interaksi virtual. Bahasa serta komunikasi digital menjadi instrumen utama dalam mengartikulasikan identitas, sementara akses terhadap warisan budaya secara daring memungkinkan masyarakat menjalin kembali relasi kultural yang sebelumnya tercerabut (Suwignyo & Hidayat, 2021). Akan tetapi, budaya digital juga membuka kemungkinan seseorang mempresentasikan diri sebagai pribadi yang sepenuhnya berbeda—membangun identitas alternatif yang tidak selalu mencerminkan realitas sosial mereka (Heryanto, 2018).

Dalam konteks ini, pertemuan digital menjadi sarana penting dalam membentuk identitas, menggantikan nilai-nilai lama yang berbasis kepemilikan dengan pengalaman personal dan keterlibatan emosional. Hal ini mengindikasikan bahwa identitas budaya di era internet tidak lagi bersifat statis, melainkan senantiasa bergerak, dinegosiasikan ulang, dan bergantung pada konteks komunikasi serta platform yang digunakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah (2020), ruang digital merupakan arena interaksi simbolik di mana makna dan identitas dikonstruksi secara terus-menerus melalui praktik komunikasi. Pandangan serupa dikemukakan oleh Suwignyo dan Hidayat (2021), bahwa partisipasi dan representasi di media digital melahirkan bentuk baru keterikatan kultural yang lebih cair dan dinamis, menandai pergeseran dari orientasi kepemilikan menuju pengalaman kolektif berbasis jejaring.

Perubahan lanskap komunikasi di era digital turut memengaruhi pola kampanye politik yang kini beralih dari pendekatan konvensional—seperti mobilisasi massa dan kegiatan tatap muka—menuju strategi komunikasi yang bersifat interaktif, personal, dan berorientasi pada jejaring. Transformasi ini menunjukkan bahwa politik tidak lagi bergantung pada ruang fisik semata, melainkan pada kemampuan aktor politik memanfaatkan teknologi digital untuk membangun kedekatan simbolik dan emosional dengan publik (Nasrullah, 2020; Sudibyo, 2019). Media sosial telah mengubah logika kampanye, dari prinsip “satu orang satu suara” menjadi “satu orang, seribu pengaruh”, yang memungkinkan penyebaran narasi politik secara masif melalui jaringan interpersonal. Kampanye politik hari ini tidak lagi menitikberatkan pada program, tetapi pada *branding* kandidat melalui simbol dan narasi yang mudah di cerna dan di media sosial (Wahyutama, 2021).

Salah satu aplikasi yang sangat menonjol dalam konteks kampanye digital adalah WhatsApp. Didirikan pada tahun 2009 oleh Brian Acton dan Jan Koum, aplikasi ini awalnya dirancang sebagai layanan pesan instan yang ekonomis. Seiring waktu, WhatsApp berkembang menjadi platform komunikasi multifungsi yang mendukung pertukaran teks, gambar, video, dan dokumen. Di Indonesia, WhatsApp menjadi aplikasi pesan dengan penetrasi pengguna tertinggi—sekitar 88,70% dari total pengguna internet, atau lebih dari 181 juta orang pada tahun 2024 (InfoKetapang, 2024). Lihat gambar 1.

Aplikasi Pesan Populer di Indonesia, 2024

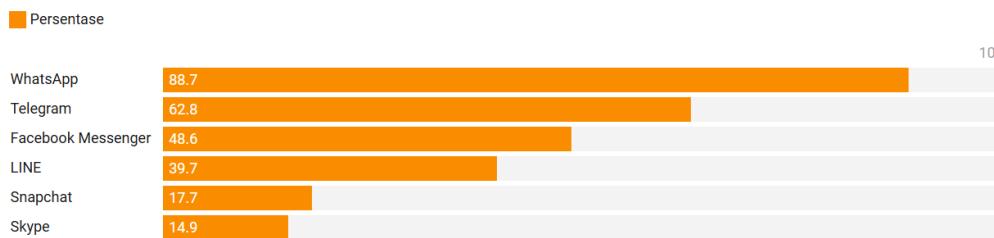


Chart: DrN • Source: [The Global Statistics](#) • Get the data • Download image • Created with Datawrapper

Gambar 1. Aplikasi Pesan Populer di Indonesia 2024
<https://infoketapang.com/index.php/2024/12/14/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sepanjang->

Tidak seperti platform terbuka seperti X (Twitter) atau Facebook, WhatsApp menyediakan ruang semi-privat yang lebih personal. Fitur grup dan pesan berantai memfasilitasi penyebaran narasi politik secara tertutup, menciptakan komunitas digital yang loyal sekaligus rentan terhadap disinformasi dan manipulasi opini (Alonzo & Husin, 2020). Dalam konteks komunikasi politik digital, WhatsApp berfungsi tidak hanya sebagai medium pertukaran pesan, tetapi juga sebagai ruang di mana identitas politik, budaya, dan etnis dibentuk serta dinegosiasikan ulang. Platform ini memungkinkan pengguna mengekspresikan pandangan dan afiliasi politik secara personal maupun kolektif melalui jaringan digital yang bersifat intim. Namun, proses ini sering kali disertai praktik politisasi identitas, di mana simbol-simbol budaya dan narasi kelompok digunakan untuk memperkuat kedekatan emosional dan legitimasi politik. Sejalan dengan temuan Putri et al. (2024), konstruksi identitas dalam ruang digital cenderung bersifat cair dan kontekstual, bergantung pada dinamika komunikasi serta interaksi sosial yang terjadi di dalam platform.

Kajian tentang penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik perlu ditinjau melalui pendekatan multidisipliner—menggabungkan perspektif komunikasi politik, sosiologi digital, hukum media, serta etika komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menyintesis berbagai perspektif tersebut guna mengevaluasi efektivitas strategi kampanye di ruang digital, sekaligus mengkaji secara kritis dimensi etis dari praktik komunikasi politik melalui WhatsApp.

Penggunaannya yang masif dan terus bertumbuh membuat WhatsApp menjadi platform yang menarik untuk dimanfaatkan oleh para politisi dan partai politik sebagai saluran kampanye politik yang menjadi agenda mereka, sehingga perlu di teliti lebih jauh seberapa tingkat effektivitas dan pelanggaran etika sosial yang mungkin timbul.

Peneliti mendapatkan Research Question (RQ) dalam tinjauan literatur ini sebagai berikut:

RQ1 : Bagaimana efektivitas penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik?

RQ2 : Apa saja isu dan pertimbangan etis yang muncul dalam praktik kampanye politik melalui WhatsApp?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis efektivitas serta isu-isu etis dalam praktik kampanye politik melalui WhatsApp, sebagai ruang komunikasi digital yang bersifat tertutup dan interpersonal. Urgensi kajian ini dilakukan melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) terletak pada pentingnya memperoleh pemahaman komprehensif dan terkontekstualisasi mengenai penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik di era digital. Dengan karakteristik platform yang privat, cepat, dan sulit diawasi, SLR menjadi metode yang relevan untuk mengidentifikasi pola temuan, celah penelitian, serta dinamika etis dan strategis dari berbagai studi yang tersebar lintas negara dan konteks politik. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat dasar teoritis dalam memahami efektivitas dan risiko komunikasi politik berbasis pesan instan, tetapi juga memberikan justifikasi akademik untuk merumuskan kebijakan serta etika digital yang lebih adaptif terhadap perubahan ekosistem komunikasi politik kontemporer (Snyder, 2019; Paul & Criado, 2020).

Paradigma penelitian ini memadukan pendekatan post-positivisme dan kritis. Pendekatan post-positivisme digunakan untuk menelaah efektivitas penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik berdasarkan temuan-temuan empiris terdahulu yang bersifat kuantitatif dan evaluatif. Sementara itu, pendekatan kritis digunakan untuk mengkaji dimensi etis dari penggunaan WhatsApp, terutama yang berkaitan dengan isu-isu penyebaran disinformasi, privasi, dan kontrol informasi yang berpotensi memperkuat ketimpangan dalam komunikasi politik. Pendekatan kombinatif ini memungkinkan pemahaman yang lebih holistik terhadap peran WhatsApp sebagai instrumen komunikasi politik kontemporer.

KAJIAN PUSTAKA

1. Aplikasi Pesan Instan *WhatsApp*

Aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dikenal karena kemampuannya mendukung komunikasi yang bersifat pribadi sekaligus menjaga privasi penggunanya. Karakteristik ini menjadikan WhatsApp sebagai ruang yang relatif aman dan tertutup, memungkinkan individu mengekspresikan pandangan mereka tanpa merasa diawasi oleh opini publik, khususnya dalam forum percakapan tertutup (Boczkowski et al., 2018; Matsa & Shearer, 2018). Di sisi lain, fitur grup yang ditawarkan WhatsApp memfasilitasi

penyebaran pesan politik secara luas dan cepat, menjadikannya alat strategis dalam aktivitas kampanye, komunikasi politik, serta pengorganisasian gerakan sosial (Valeriani & Vaccari, 2018).

2. Kampanye Politik dan Media Digital

Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang digunakan aktor atau institusi politik untuk menyampaikan pesan-pesan strategis kepada masyarakat guna memperoleh dukungan publik (Fatimah, 2018).

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi digital, pola interaksi sosial dan partisipasi politik mengalami transformasi signifikan. Media digital, khususnya media sosial, berperan penting dalam mendorong perubahan ini melalui kemampuan untuk mendukung komunikasi interaktif, memperluas partisipasi politik secara real-time, serta mempercepat distribusi informasi ke audiens yang luas dalam waktu singkat.

3. Whatsapp sebagai Media Kampanye Politik

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp memiliki efektivitas tinggi dalam konteks komunikasi politik digital. Aplikasi ini memungkinkan penyampaian pesan yang bersifat personal, cepat, dan hemat biaya, sekaligus menjangkau khalayak luas. Resende et al. (2018) mencatat bahwa sekitar 20% pesan yang beredar dalam grup WhatsApp politik memuat konten multimedia, yang memperkuat daya tarik dan efektivitas pesan kampanye. Garimella dan Eckles (2020) menemukan bahwa topik-topik politik yang dibagikan melalui WhatsApp cenderung membentuk *attention cascades* yang lebih dalam dan bertahan lebih lama dibandingkan konten non-politik.

Dalam konteks komunikasi politik digital di Indonesia, WhatsApp menempati posisi dominan dibandingkan platform media sosial lainnya. Laporan *Digital 2024: Indonesia* menunjukkan bahwa 90,9% pengguna internet di Indonesia—berusia 16 hingga 64 tahun—aktif menggunakan WhatsApp, angka ini mengungguli Instagram (85,3%) dan Facebook (81,6%) (DataReportal, 2024). Temuan ini menegaskan bahwa WhatsApp menjadi kanal komunikasi paling populer dan efektif dalam menjangkau khalayak luas, sekaligus menunjukkan pergeseran preferensi pengguna terhadap platform yang menawarkan interaksi lebih personal, cepat, dan tertutup dibandingkan media sosial terbuka.

4. Tantangan Etis Penggunaan WhatsApp dalam Politik

Meski menawarkan efektivitas tinggi, penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik tidak lepas dari persoalan etis, terutama terkait penyebaran hoaks dan misinformasi. Resende et al. (2019) melaporkan bahwa sekitar 13% konten gambar yang dibagikan dalam grup WhatsApp politik di India terindikasi mengandung informasi palsu. Garimella dan Eckles (2020) menambahkan bahwa pola penyebaran ini membentuk *false information cascades* yang sulit dikendalikan karena sifat tertutup dan terenkripsi dari platform tersebut.

Kondisi serupa juga terlihat di Indonesia. Karlina dan Syahputra (2021) menunjukkan bahwa tingkat literasi digital mahasiswa masih rendah, khususnya dalam memilah informasi politik yang valid di WhatsApp. Kecenderungan membagikan informasi tanpa verifikasi memperkuat risiko penyebaran disinformasi yang dapat merusak integritas komunikasi politik digital. Senada dengan itu, WhatsApp menjadi ruang komunikasi interpersonal yang sangat privat namun memiliki efek publik yang luar biasa saat digunakan untuk menyebarluaskan informasi bohong (Sudarmanti, 2020).

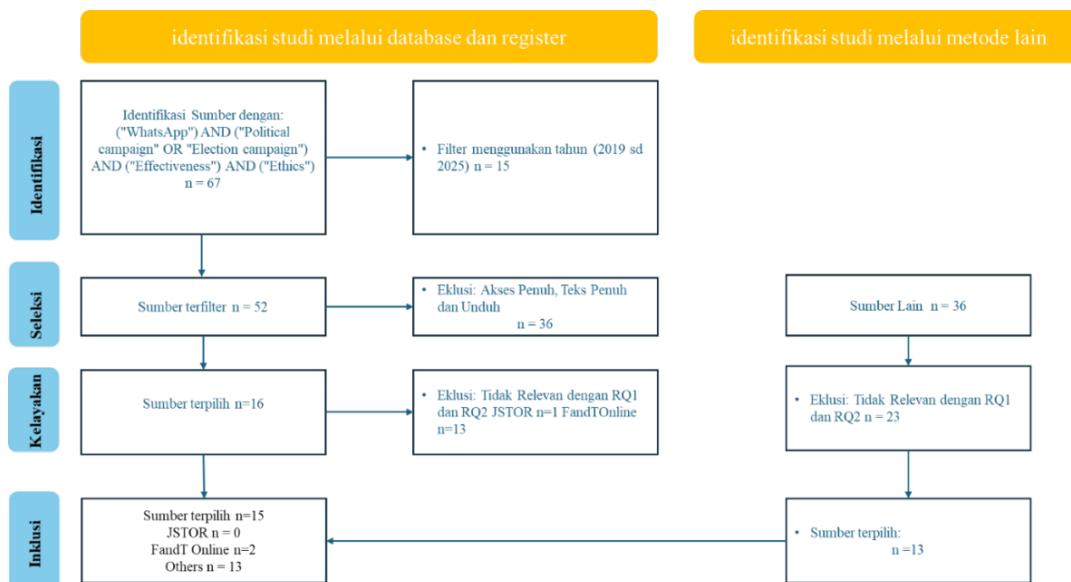
METODE PENELITIAN

Systematic Literature Review (SLR) merupakan pendekatan metodologis yang dirancang untuk secara terstruktur dan menyeluruh mengumpulkan, mengevaluasi, serta menyintesis hasil-hasil penelitian yang relevan demi menjawab pertanyaan penelitian tertentu secara mendalam (Wahono, 2016). Proses ini dilaksanakan berdasarkan protokol yang telah ditentukan sebelumnya guna mengurangi kemungkinan bias serta menjaga objektivitas dalam telaah literatur (Rohmawati & Zulkifli, 2024). Selain merangkum hasil studi sebelumnya, metode ini juga memungkinkan peneliti mengidentifikasi celah kajian dan merumuskan arah penelitian baru yang relevan secara akademik maupun praktis (Penerbit Deepublish, 2023; Kurniawan & Wijoyo, 2025).

Penelitian ini menerapkan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada kerangka kerja PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Proses pelaksanaannya terdiri atas empat fase utama: identifikasi, penyaringan awal, penilaian kelayakan, dan seleksi akhir.

Prosedur ini mengacu pada prinsip yang dikemukakan oleh Kitchenham dan Charters (2007), yang menekankan pentingnya kejelasan, sistematisasi, dan replikasi dalam telaah pustaka. Selain itu, panduan PRISMA dari Moher et al. (2009) digunakan sebagai acuan dalam pelaporan temuan secara konsisten dan

menyeluruh. Sebagai penguat, pendekatan ini juga didukung oleh kerangka metodologis dari Fitria (2022) yang menguraikan tahapan perencanaan dan implementasi SLR dalam konteks ilmu sosial.



Gambar 2. Diagram Alir PRISMA Penelitian

Tahap awal memerlukan identifikasi yang menjadi langkah sistematis dan terstruktur dalam mencari artikel. Peneliti menggunakan pencarian melalui situs Taylor and Francis Online, JSTOR secara otomatis dan Google Scholar sebagai basis data secara manual, dengan menggunakan kata kunci seperti “kampanye politik”, “WhatsApp”, “efektivitas”, dan “etika” untuk sumber berbahasa Indonesia, “political campaign”, “Whatsapp”, “effectiveness” dan “ethics” untuk berbahasa Inggris. Pencarian diformulasikan menggunakan kombinasi Boolean (AND OR) untuk memperoleh hasil yang relevan dengan fokus kajian yang dilakukan pada tanggal 30 Mei 2025.

Dalam tahap penyaringan atau screening, dilakukan eliminasi artikel duplikat dan yang tidak sesuai dengan diterapkan kriteria inklusi dan eksklusi secara ketat. Tabel 1 memperlihatkan penelitian ini memakai kriteria inklusi dan eksklusi untuk menyeleksi artikel atau studi yang relevan dan layak dianalisis sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Kriteria Eksklusi

Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
• Artikel yang diterbitkan dalam bentuk jurnal	• Artikel terbit di bab buku, koreksi, survei singkat, ulasan dan catatan
• Dokumen bisa diakses secara penuh (full text dan/atau dapat di download)	• Dokumen tidak bisa diakses secara penuh (full text dan/atau dapat di download)
• Diterbitkan dalam jangka waktu 2019 sd 2025	• Diterbitkan bukan dalam jangka waktu 2019 sd 2025
• Relevan dengan pertanyaan penelitian	• Tidak Relevan dengan pertanyaan penelitian

Pada tahap evaluasi kelayakan (eligibility) dengan melakukan penilaian kualitas terhadap literatur yang diseleksi, termasuk pengecekan kelengkapan data, kecukupan sampel, potensi bias, keberadaan kelompok pembanding, dan penggunaan metode analisis statistik yang sesuai. Hasil dari seleksi ini digunakan untuk menyusun sintesis temuan dan menjawab dua pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

Tahap inklusi adalah tahap di mana artikel terpilih ditulis dan diuraikan. Temuan-temuan tersebut menjadi dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tinjauan. Dalam penelitian ini telah dilakukan seleksi terhadap 15 artikel yang memenuhi syarat dan berkaitan dengan topik penelitian, setiap artikel telah melalui proses penilaian yang baik dan sistematis untuk

memastikan kelayakan dan kesesuaian dengan kriteria inklusi yang telah ditetapkan. Proses seleksi ini bertujuan untuk memastikan bahwa artikel yang terpilih memiliki validitas dan kredibilitas yang mumpuni, sehingga dapat memberikan manfaat yang cukup besar bagi penelitian. Lihat Gambar 2 PRISMA yang dilakukan dalam proses penelitian.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil analisis artikel yang masuk pada kriteria yang menjawab **RQ1: Bagaimana efektivitas penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik?** Disajikan dalam tabel 2 sebagai berikut:

No.	Identitas Artikel	Negara Publikasi	Hasil Analisis
1.	Fernández-Villanueva, C., & Bayarri-Toscano, G. (2021).	Brasil	Jangkauannya yang luas, cepat, dan murah.
2.	Sahoo, S. (2022).	India	(+)Penyebaran pesan cepat dan mobilisasi akar rumput. (-)Pesan bisa tidak konsisten dan dampaknya terbatas.
3.	Chagas, V., & Da-Costa, G. (2023).	Brasil	(+)Efektif mendorong mobilisasi politik dan partisipasi warga. (-)Penyebaran hoaks, potensi tuduhan kecurangan pemilu.
4.	Ozawa, J. V., et al(2023).	Brasil	(+)Minim biaya, memberikan keuntungan khususnya bagi kelompok berpenghasilan rendah. (-)Penyebaran misinformasi secara luas tanpa pengawasan yang memadai.
5.	Zahara, R. (2023).	Indonesia	(+)Jangkauannya luas, Interaksi langsung, meningkatkan partisipasi pemilih dan efisiensi pelaksanaan kampanye, sekaligus menekan biaya yang biasanya dibutuhkan untuk media konvensional.
6.	Farid, A. S. (2023).	Indonesia	(+)Langsung dan personal (+)Mendorong partisipasi politik (+)Membentuk opini publik. (+)Menyebarluaskan pesan kampanye secara cepat dan luas.
7.	Frischlich, L., et al (2024).	India	(+)Peningkatan partisipasi politik, (-))Penyebaran misinformasi yang berpotensi memicu kekerasan.
8.	Fisher, J., et al(2024).	Afrika Barat	(+)Efektif pada Organisasi Politik terstruktur baik untuk menjaga konsistensi pesan dan mengurangi misinformasi.
9.	Wahid, M., et al (2024).	Indonesia	(+)Komunikasi langsung (+)Meningkatkan keterlibatan pemilih dan partisipasi dalam diskusi politik.
10.	Dommett, K., et al (2025).	Inggris Raya	(+)Komunikasi langsung (+)Kampanye yang efektif dan luas jangkauannya.

			(-)Menyulitkan pengawasan, (-) Risiko misinformasi, (-)Rendahnya akuntabilitas, transparansi dan kepercayaan publik.
11.	Campbell, E., & Roberts, D. (2025).	Irlandia Utara	(+)Real-time komunikasi massal, (+)Mendorong partisipasi politik (+)Membentuk komunitas digital, (+)Memperluas jaringan dukungan,
12.	Arrobo-Agila, J. P., et al (2025).	Ekuador	(+)Jangkauan yang signifikan dalam komunitas tertutup, (+)Komunikasi politik yang lebih personal dan langsung.
13.	García, A. T., & Casero-Ripollés, A. (2025).	Spaniol	(+)Mendorong partisipasi warga lewat penyebaran informasi, diskusi, dan mobilisasi
14.	Liu, Y., Rahimian, M. A., & Garimella, K. (2025).	India	(+)Menjangkau pemilih secara luas dan cepat, menjadikannya alat kampanye yang efektif. (-)Rentan terhadap penyebaran hoaks dan propaganda (-)Tantangan besar dalam menjaga integritas kampanye.

Tabel 2. Analisis Terhadap RQ1 dengan persebaran negara tempat penelitian.

Temuan dari artikel sumber yang dianalisis menunjukkan bahwa WhatsApp memiliki efektivitas tinggi dalam konteks kampanye politik. Media ini mampu menjangkau khalayak secara luas, cepat, dan dengan biaya yang relatif rendah, sehingga menjadi alat komunikasi politik yang inklusif, khususnya bagi kelompok dengan sumber daya terbatas. Selain itu, WhatsApp berkontribusi terhadap penguatan partisipasi politik warga melalui mobilisasi akar rumput serta memungkinkan terjadinya komunikasi interpersonal antara kandidat dan konstituen. Fitur komunikasi yang bersifat langsung dan tertutup juga menjadikan WhatsApp sebagai saluran yang strategis dalam membangun hubungan elektoral yang lebih personal dan responsif. Secara keseluruhan, WhatsApp dapat dikatakan sebagai medium yang adaptif terhadap dinamika komunikasi politik kontemporer, terutama dalam konteks masyarakat dengan tingkat penetrasi teknologi yang tinggi.

Untuk hasil analisis artikel yang masuk pada kriteria yang menjawab **RQ2: Pertimbangan etis apa yang muncul dalam konteks kampanye politik melalui WhatsApp?** Disajikan dalam tabel 3 sebagai berikut:

No.	Identitas Artikel	Negara Publikasi	Hasil Analisis
1.	Paniagua, F., Pérez, F. S., & Magallón, R. (2020).	Spaniol	(-)Menyebarluaskan misinformasi menimbulkan dilema etika serius. (-)Potensi penyebaran Hoax
2.	Fernández-Villanueva, C., & Bayarri-Toscano, G. (2021).	Brasil	(-)Penggunaan meme berujung kekerasan politik, (-)Manipulasi pemilih melalui humor dan ironi.
3.	Sahoo, S. (2022).	India	(-)Memungkinkan penyebaran konten berbahaya tanpa kendali. (-)Menjaga privasi vs. mencegah disinformasi.

No.	Identitas Artikel	Negara Publikasi	Hasil Analisis
4.	Chagas, V., & Da-Costa, G. (2023).	Brasil	(-)Menjaga privasi vs. mencegah disinformasi. (-)Penjagaan transparansi komunikasi politik
5.	Zahara, R. (2023).	Indonesia	(-)Manipulasi pesan terarah (-)Penyebaran informasi menyesatkan (-)Berisiko mendorong praktik manipulatif yang merusak keadilan demokrasi.
6.	Lena Frischlich, et al (2024)	Jerman	(-) Privasi berisiko menghadapi pengawasan dan penyalahgunaan data dalam konteks kampanye politik.
7.	Fisher, J., Gadjanova, E., & Hitchen, J. (2024).	Afrika Barat	(-)Penyebaran misinformasi, (-)Akuntabilitas partai dalam mengelola konten digital.
8.	Dommett, K., Luke, S., & Gordon, H. C. (2025).	Inggris Raya	(-)Penyebaran misinformasi dan disinformasi (-)Enkripsi membuat informasi palsu menyebar cepat tanpa deteksi atau koreksi
9.	Campbell, E., & Roberts, D. (2025).	Irlandia Utara	(-)Penyebaran informasi salah tanpa akuntabilitas. (-)Risiko merusak integritas wacana politik dan memanipulasi opini publik.
10.	García, A. T., & Casero-Ripollés, A. (2025).	Spanyol	(-)Penyebaran informasi salah tanpa akuntabilitas.
11.	Liu, Y., Rahimian, M. A., & Garimella, K. (2025).	India	(-)Masalah privasi dan risiko penyalahgunaan data pribadi.

Tabel 3. Analisa Hasil RQ2 dengan persebaran negara tempat penelitian

Di samping efektivitasnya, penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik menimbulkan sejumlah persoalan etis yang signifikan. Studi-studi menunjukkan bahwa platform ini kerap menjadi saluran bagi penyebaran hoaks, disinformasi, dan pesan-pesan yang tidak terverifikasi, yang menyebar dengan cepat tanpa mekanisme pengawasan yang memadai (Ozawa et al., 2023; Garimella & Eckles, 2020). Karakter tertutup dan terenkripsi dari WhatsApp menyulitkan pelacakan serta penegakan regulasi, sehingga membuka ruang manipulasi opini publik dan eksplorasi sentimen kelompok (Sudarmanti, 2020). Potensi pembentukan persepsi keliru terhadap kandidat maupun proses elektoral menjadi konsekuensi logis dari absennya kontrol atas arus informasi di ruang privat seperti grup WhatsApp. Oleh karena itu, efektivitas WhatsApp dalam kampanye harus dibarengi dengan pertimbangan etis dan regulatif guna menjaga kualitas demokrasi dan integritas pemilu (Zahara, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi WhatsApp memiliki berbagai faktor yang menjadikannya alat strategis baru di era digital bagi para politisi. Berdasarkan temuan beberapa penelitian, WhatsApp tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan luas, tetapi juga meningkatkan interaksi serta keterlibatan antara kandidat dan pemilih (Fisher et al., 2024; García & Casero-Ripollés, 2025). Platform ini memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih personal, sehingga pesan politik terasa lebih relevan dan dekat dengan pengalaman pemilih (Haq & Widyatama, 2025). Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa WhatsApp dapat memainkan peran penting dalam strategi

kampanye politik modern, baik dalam konteks sosialisasi kandidat maupun pembentukan citra politik di ruang digital.

Berdasarkan data yang dianalisis, ditemukan temuan untuk menjawab RQ1 terkait efektivitas penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik. WhatsApp memainkan peran signifikan karena kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat dan luas, menjangkau audiens yang lebih besar dalam waktu singkat dibandingkan dengan media sosial lainnya (Girimella & Eckles, 2020). Selain itu, tingkat interaksi dan keterlibatan yang tinggi antara kandidat dan pemilih juga menjadi keunggulan utama dari platform ini. Pesan-pesan yang bersifat personal dan interaktif terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian serta mendorong respons dari pemilih (Fisher et al., 2024). Dari sisi efisiensi, WhatsApp menawarkan keuntungan sebagai media kampanye yang relatif murah dibandingkan media tradisional seperti televisi atau radio, tanpa mengurangi cakupan pesan dan keterlibatan pemilih (García & Casero-Ripollés, 2025).

Namun demikian, penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik juga menghadirkan tantangan yang tidak dapat diabaikan, terutama terkait penyebaran informasi palsu dan hoaks. Meskipun fitur enkripsi end-to-end meningkatkan privasi komunikasi, sifat tertutup dari grup percakapan membuat proses verifikasi informasi menjadi sulit (Sudarmanti, 2020). Kondisi ini memungkinkan beredarnya pesan yang menyesatkan tanpa pengawasan yang memadai, sehingga dapat menggerus kualitas diskursus publik dan kepercayaan pemilih terhadap proses demokrasi (Zahara, 2023). Oleh karena itu, meskipun WhatsApp terbukti efektif dalam menjangkau dan memengaruhi pemilih, diperlukan mekanisme verifikasi dan regulasi etik yang lebih kuat untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap akurat dan bertanggung jawab disampaikan tetap akurat dan bertanggung jawab.

Berdasarkan data yang dianalisis didapati temuan untuk menjawab RQ2 Pertimbangan etis apa yang muncul dalam konteks kampanye politik melalui WhatsApp? Didapati hasil analisis bahwa penggunaan WhatsApp sebagai alat kampanye politik menghadirkan sejumlah dilema etis yang kompleks, terutama karena karakteristik platform ini yang bersifat tertutup, pribadi, dan terenkripsi. Sifat ini membuat WhatsApp sangat efektif dalam menjangkau pemilih, namun sekaligus memunculkan berbagai isu etika dalam komunikasi politik, yaitu: Dalam konteks kampanye politik, WhatsApp menghadirkan dilema etis antara perlindungan privasi dan tuntutan akan transparansi. Fitur enkripsi end-to-end memang melindungi komunikasi pengguna dari pihak ketiga, tetapi dalam praktik politik, hal ini menciptakan ruang komunikasi tertutup yang sulit diawasi. Akibatnya, platform ini rawan digunakan untuk menyebarkan disinformasi dan informasi palsu yang tidak mudah diverifikasi dan lambat dikoreksi. Kasus pemilu Brasil tahun 2018 menjadi contoh nyata bagaimana konten berbentuk meme dan humor dapat digunakan untuk memanipulasi opini publik serta melegitimasi kekerasan politik secara terselubung. Lebih jauh, WhatsApp juga memungkinkan penyebaran pesan politik yang sangat tertarget berdasarkan preferensi, lokasi, dan perilaku pengguna. Meskipun strategi ini efektif secara teknis, ia memunculkan pertanyaan etis mengenai manipulasi opini dan ketimpangan informasi, karena tidak semua pemilih menerima pesan yang seimbang atau akurat.

Selain persoalan konten, kampanye politik melalui WhatsApp juga menghadapi tantangan serius dalam hal akuntabilitas dan pengawasan. Tidak seperti media sosial terbuka, WhatsApp tidak memiliki sistem moderasi, sehingga tidak tersedia mekanisme untuk menandai atau menghapus konten bermasalah secara efektif. Grup kampanye sering dikelola tanpa moderator tetap, dan pihak penyelenggara tidak selalu bertanggung jawab atas pesan yang dibagikan oleh anggotanya. Hal ini meningkatkan risiko penyebaran disinformasi secara tidak terkendali. Di sisi lain, isu penyalahgunaan data pribadi juga menjadi sorotan, karena WhatsApp memungkinkan akses terhadap informasi sensitif seperti nomor kontak, aktivitas grup, dan respons terhadap pesan kampanye. Ketika data tersebut dikumpulkan tanpa persetujuan eksplisit dan digunakan untuk tujuan politik yang tidak transparan, praktik ini melanggar prinsip perlindungan data dan mengabaikan hak privasi pengguna. Oleh karena itu, penting bagi aktor politik untuk menerapkan kode etik komunikasi digital yang menjamin transparansi, persetujuan, dan akuntabilitas dalam pengelolaan informasi.

KESIMPULAN dan REKOMENDASI

Secara keseluruhan, WhatsApp terbukti menjadi alat yang efektif dalam kampanye politik. Platform ini tidak hanya memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan antara kandidat dan pemilih dengan biaya yang relatif rendah. Namun, tantangan terkait keamanan dan penyebaran informasi palsu perlu diatasi untuk memaksimalkan efektivitasnya.

Pertimbangan etis dalam kampanye politik melalui WhatsApp berakar pada konflik antara

efektivitas komunikasi digital dan prinsip-prinsip etika komunikasi publik. Dalam konteks ini, WhatsApp berfungsi sebagai pedang bermata dua: di satu sisi menjanjikan komunikasi yang privat dan cepat, namun di sisi lain membuka ruang bagi penyalahgunaan informasi dan manipulasi pemilih. Etika kampanye di era digital menuntut keseimbangan antara perlindungan privasi pengguna, dan kebutuhan untuk menjamin komunikasi yang adil, transparan, dan bebas dari disinformasi. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi dan kesadaran etis yang kuat dari pelaku kampanye untuk memanfaatkan WhatsApp secara bertanggung jawab dalam proses demokrasi.

Berdasarkan temuan yang telah dibahas, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan dalam penggunaan WhatsApp sebagai media kampanye politik. Fitur enkripsi end-to-end, meskipun mendukung privasi, juga menyulitkan upaya pengawasan terhadap penyebaran informasi palsu atau hoaks. Selain itu, keterbatasan akses teknologi dan internet, khususnya di wilayah terpencil, menjadi hambatan bagi pemerataan informasi kampanye kepada seluruh lapisan pemilih. Di samping itu, regulasi terkait penggunaan media sosial dalam kampanye politik masih dalam tahap perkembangan, sehingga dibutuhkan kebijakan yang lebih tegas dan terarah untuk mencegah potensi penyalahgunaan. Oleh karena itu, efektivitas kampanye politik melalui WhatsApp sangat bergantung pada kombinasi antara literasi digital masyarakat, pemerataan infrastruktur teknologi, serta kerangka hukum yang jelas.

Sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian ini, arah penelitian ke depan perlu mempertimbangkan konteks sosial-politik dari berbagai negara yang menjadi lokasi studi. Tinjauan sistematis menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik tidak bersifat universal, melainkan dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, transparansi politik, serta struktur komunikasi di masing-masing negara. Dalam konteks Brasil, WhatsApp menjadi medium penting untuk mobilisasi politik namun juga sarana penyebaran disinformasi yang sulit dikendalikan (Resende et al., 2019; Ozawa et al., 2023). Di India, platform ini digunakan secara masif untuk distribusi pesan politik visual yang memengaruhi persepsi pemilih dan menimbulkan ketegangan antara ruang privat dan publik (Sahoo, 2022; Garimella & Eckles, 2020). Sementara itu, di Indonesia, WhatsApp terbukti berperan sebagai saluran komunikasi politik yang efektif namun tetap menghadirkan risiko etika komunikasi, terutama terkait penyebaran hoaks dan rendahnya literasi digital masyarakat (Karlina & Syahputra, 2021; Sudarmanti, 2020).

Berdasarkan temuan lintas negara tersebut, penelitian lanjutan disarankan untuk menelusuri bagaimana perbedaan budaya politik, regulasi media, dan tingkat partisipasi publik memengaruhi efektivitas serta etika penggunaan WhatsApp dalam kampanye politik. Pendekatan komparatif diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika komunikasi politik digital dan membantu merumuskan kebijakan komunikasi yang lebih adaptif terhadap perubahan ekosistem digital global (Chagas & Da-Costa, 2023). Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya diharapkan tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga mendukung pembentukan standar etika komunikasi politik digital yang kontekstual dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, S. M. (2025). *Identity politics on social media in the 2020 Surabaya mayoral election: Narrative strategies, public response, and the impact of digital democratization*. *Public Policy and Political Journal*.
<https://ejournal.suryabuanaconsulting.com/index.php/pppj/article/view/247>
- Alauddin, M. B., & Fitri, D. (2025). *Tradition to technology: The transformation of Indonesian culture in the social media era*. *Asian Journal of Media and Communication*, 1(1).
<https://ejournal.mdresearchcenter.id/index.php/ajmc/article/view/16>
- Arrobo-Agila, J. P., Córdova, M. P. G., & Molina, P. B. (2025). The language and meaning of media memes from a semiotic perspective. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–18.
- Avcu, K. M., & Koçoglu, E. (2025). *Preservation of cultural identity in digital ecosystems*. SSRN Electronic Journal. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5093547
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Campbell, E., & Roberts, D. (2025). “Activism is not a one-lane highway”: The digital modalities of Alliance for Choice and abortion decriminalisation. *Irish Political Studies*, 40(1), 123–144.
- Chagas, V., & Da-Costa, G. (2023). WhatsApp and transparency: An analysis on the effects of digital platforms’ opacity in political communication research agendas in Brazil. *Profesional de la*

GLOBAL KOMUNIKA

ISSN 2085 - 6636

EISSN 2655 - 5328

información, 32(2).

DataReportal. (2024, Februari). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social & Meltwater.

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Diamandaki, K. (2003). *Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace*. *Global Media Journal*.

https://www.academia.edu/download/32315351/Global_Media_Journal.pdf

Dommett, K., Luke, S., & Gordon, H. C. (2025). Making elections more transparent? Lessons from the implementation of digital imprints at the 2024 UK General Election. *Policy Studies*, 1–24.

Farid, A. S. (2023). Penggunaan media sosial dalam kampanye politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik dan persepsi publik. *QAULAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45–50.

Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai komunikasi politik: Esensi dan strategi dalam pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>

Fernández-Villanueva, C., & Bayarri-Toscano, G. (2021). Legitimation of hate and political violence through memetic images: The Bolsonaro campaign. *Communication & Society*, 449–468.

Fisher, J., Gadjanova, E., & Hitchén, J. (2024). WhatsApp and political communication in West Africa. *Party Politics*.

Fitria, N. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif: Pendekatan studi literatur sistematis* (hlm. 45). CV Widina Bhakti Persada.

Frischlich, L., Klapproth, J., Frank, S., Heckmann, M., Kunze, S. E., & Murgas, T. (2024). Fighting fakes on WhatsApp—Audience perspectives on fact bots as countermeasures. *Digital Journalism*, 12(5), 700–720. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2341299>

García, A. T., & Casero-Ripollés, A. (2025). Servicios móviles de mensajería instantánea y participación política: Uso y percepción de utilidad por parte de la ciudadanía en España. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 115–130.

Garimella, K., & Eckles, D. (2020). *Images and misinformation in political groups: Evidence from WhatsApp in India* (arXiv:2005.09784). arXiv. <https://arxiv.org/abs/2005.09784>

Haq, Y. A., & Widyatama, R. (2025). *Exploring the impact of WhatsApp on political discussions and participation in the disruptive era*. Proceeding Mediacon. <https://proceeding-mediacon.petra.ac.id/index.php/med/article/view/15>

Humairoh, M. F. N. (2023). *Building undergraduate students' cultural identity through digital storytelling*. *Teaching Education*.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17404622.2022.2127820>

Karlina, I., & Syahputra, I. (2021). Literasi digital mahasiswa terhadap informasi politik di media sosial WhatsApp. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 253–262. <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/2370>

Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering* (EBSE Technical Report EBSE-2007-01). Keele University and Durham University Joint Report.[12]

Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic public relations for strengthening public trust in government. *Journal of Public Relations Research*, 10(1), 45–60. <https://doi.org/xx.xxxx/jprr.v10i1.2025>[13]

Kuru, O., Campbell, S. W., Bayer, J. B., Baruh, L., & Ling, R. S. (2023). Reconsidering misinformation in WhatsApp groups: Informational and social predictors of risk perceptions and corrections. *International Journal of Communication*, 17, 1–21.

Liu, Y., Rahimian, M. A., & Garimella, K. (2025). Structural dynamics of harmful content dissemination on WhatsApp. *arXiv preprint arXiv:2505.18099*.

Matsa, K. E., & Shearer, E. (2018). News use across social media platforms 2018. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/journalism/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

Ozawa, J. V., Woolley, S. C., Straubhaar, J., Riedl, M. J., Joseff, K., & Gursky, J. (2023). How disinformation on WhatsApp went from campaign weapon to governmental propaganda in Brazil. *Social Media + Society*, 9(1), 20563051231160632.

- Paniagua, F., Pérez, F. S., & Magallón, R. (2020). An anatomy of the electoral hoax: Political disinformation in Spain's 2019 general election campaign. *CIDOB d'afers Internacionals*, 124, 123–145.
- Penerbit Deepublish. (2023). Tahapan systematic literature review & contohnya.
<https://penerbitdeepublish.com/systematic-literature-review/>
- Putri, R. D., Purwanto, E., Keyla, N., Kharismatika, R. N., & Muthmainah, K. A. (2024). Identitas budaya dalam era digital. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Recuero, R., Soares, F., & Vinhas, O. (2020). Discursive strategies for disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election. *First Monday*, 26(1).
<https://doi.org/10.5210/fm.v26i1.10551>
- Resende, G., Melo, P., Sousa, H., Messias, J., Vasconcelos, M., Almeida, J., & Benevenuto, F. (2018). *Analyzing textual (mis)information shared in WhatsApp groups* (arXiv:1804.00397). arXiv.
<https://arxiv.org/abs/1804.00397>
- Resende, G., Melo, P., Sousa, H., Messias, J., Vasconcelos, M., Almeida, J., & Benevenuto, F. (2019). *Investigating political misinformation in WhatsApp groups: Analysis of messages shared during the 2018 Brazilian presidential election* (arXiv:1905.00825). arXiv.
<https://arxiv.org/abs/1905.00825>
- Rohmawati, H. S., & Zulkifli. (2024). The role of sufi orders in social change in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Islamic Studies*, 15(2), 123–135.[20]
- Sahoo, S. (2022). Political posters reveal a tension in WhatsApp platform design: An analysis of digital images from India's 2019 elections. *Television & New Media*, 23(8), 874–899.
- Sudarmanti, R. (2020). *Hoaks di WhatsApp: Antara ruang privat dan efek publik*. Paramadina Repository. <https://repository.paramadina.ac.id/739/1/Hoaks%20di%20WhatsApp.pdf>
- Valeriani, A., & Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715–1730. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1350730>
- Wahid, M., Ningsih, F. P., Utama Aiman Zuhdi, R. R., & Siruah, W. A. (2024). Media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam pemilihan calon legislatif di DPRD Sulteng Tahun 2024. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(6).
- Wahono, R. S. (2016). Systematic literature review: Pengantar, tahapan dan studi kasus.
<https://romisatriawahono.net/2016/05/15/systematic-literature-review-pengantar-tahapan-dan-studi-kasus/>
- Wahyutama. (2021). *Branding Politik Gibran Rakabuming di Media Sosial Selama Pandemi COVID-19*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, 8(2), 1–13.
- Wendratama, E., Aprilia, M. P., Sari, Y. A., Kurnia, N., & Utomo, W. P. (2023). Domesticating WhatsApp groups: Indonesian women's experience with misinformation and hate speech in the 2019 election. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(4), 412–430.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3904-20>
- Yau, A., Marder, B., & O'Donohoe, S. (2020). *The role of social media in negotiating identity during the process of acculturation*. *Information Technology & People*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ITP-09-2017-0305/full/html>
- Zahara, R. (2023). Etika media digital: Dampak dan potensinya dalam proses pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 5(2), 101–111.
- Nasrullah, R. (2020). Teori dan riset media siber (cybermedia). Jakarta: Kencana.
- Suwignyo, A., & Hidayat, D. N. (2021). Komunikasi dan budaya di era digital. Yogyakarta: Deepublish.
- Heryanto, A. (2018). Identitas dan kenikmatan: Politik budaya Layar Indonesia. Jakarta: Gramedia.
- Sudibyo, A. (2019). *Politik media dan kekuasaan: Ekonomi politik media di Indonesia*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know? *International Business Review*, 29(4), 101717.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101717>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Infoketapang. (2024, Desember 14). *Pengguna media sosial di Indonesia sepanjang 2024*. Infoketapang.
<https://infoketapang.com/index.php/2024/12/14/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sepanjang-2024/infoketapang>

GLOBAL KOMUNIKA

ISSN 2085 - 6636

EISSN 2655 - 5328

Alonzo, M., & Husin, S. (2020). Komunikasi politik digital dan penyebaran disinformasi di media pesan instan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 155–170.