

TREN STUDI GLOBAL TERKAIT MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILU: ANALISIS BIBLIOMETRIK

Ismail ^{1*}, Muhammad Yahya ²

¹ Universitas Pancasakti Makassar, Makassar, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

*Correspondence : ismailazikin71@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan topik penelitian terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum, dengan fokus pada temuan utama yang muncul dari dokumen publikasi global. Metode penelitian ini melibatkan analisis bibliometrik menggunakan database internasional Scopus. Data yang diambil melibatkan dokumen publikasi dalam rentang waktu 2019-2023 dengan kata kunci spesifik dan relevan. Temuan utama penelitian ini mencakup dinamika fluktuatif jumlah dokumen publikasi selama periode yang diteliti, dominasi afiliasi penulis dari Amerika Serikat, serta distribusi subject area yang menonjolkan peran sentral *Social Sciences* dan *Computer Science*. Dalam konteks media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum, fokus penelitian terkini juga mencakup aspek-aspek krusial seperti polarisasi, peran partai politik, dan penyebaran disinformasi. Polarisasi merujuk pada perpecahan dan perbedaan ekstrem dalam pandangan politik di tengah masyarakat. Dalam konteks media sosial, polarisasi berfokus pada cara platform dapat meningkatkan ketegangan antara kelompok-kelompok dengan pandangan politik yang berbeda. Di sisi lain, partai politik saat ini menjadikan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan pemilih. Adapun penyebaran disinformasi mencakup penyebaran informasi palsu atau menyesatkan dengan tujuan memengaruhi opini publik. Temuan ini memberikan kontribusi signifikan untuk memahami keragaman minat akademis global dalam merespons dinamika kompleks di dunia digital yang memengaruhi proses demokratis.

Kata kunci

Disinformasi, Komunikasi Politik, Media Sosial, Pemilu, Polarisasi

ABSTRACT

This research aims to map topics related to social media, political communication and general elections, focusing on the main findings emerging from globally published documents. This research method involves bibliometric analysis using the international database Scopus. The data taken involves published documents in 2019-2023 with specific and relevant keywords. The main findings of this research include the fluctuating dynamics of the number of published documents during the period studied, the dominance of author affiliations from the United States, and the distribution of subject areas that emphasize the central role of Social Sciences and Computer Science. In the context of social media, political communication, and elections, the focus of current research also includes crucial aspects such as polarization, the role of political parties, and the spread of disinformation. Polarization refers to divisions and extreme differences in political views within society. In social media, polarization focuses on how platforms can increase tensions between groups with different political views. On the other hand, political parties currently use social media as the main channel for conveying messages, building images and interacting with voters. Disinformation includes spreading false or

misleading information to influence public opinion. These findings significantly contribute to understanding the diversity of global academic interest in responding to complex dynamics in the digital world that influence democratic processes.

Keywords

Disinformation, Elections, Polarization, Political Communication, Social Media

Pendahuluan

Pemilihan umum (pemilu) merupakan proses demokratis di mana warga negara memilih pemimpin atau wakil rakyat yang akan mewakili dan mengelola pemerintahan selama periode tertentu (Baharuddin et al., 2022; Jubba et al., 2023; Sujoko, 2019). Dalam pemilu, warga negara memiliki hak suara untuk menentukan pilihan mereka terhadap calon-calon yang berkompetisi dalam berbagai tingkatan pemerintahan, mulai dari kepala negara, anggota parlemen, hingga tingkat lokal (Frye & Borisova, 2019; Tapsell, 2021). Pemilu bertujuan untuk menciptakan representasi politik yang adil dan memungkinkan partisipasi warga negara dalam pembentukan kebijakan dan pengambilan keputusan pemerintahan. Proses pemilihan umum melibatkan kampanye politik, debat, dan berbagai bentuk komunikasi politik untuk memengaruhi opini publik dan mendapatkan dukungan pemilih (Enli, 2017; Kushin & Yamamoto, 2010; Rossini et al., 2018; Stier et al., 2018).

Komunikasi politik secara umum dapat diartikan sebagai proses penyampaian, pertukaran, dan penerimaan informasi politik antara pelaku politik, partai, atau pemerintah dengan masyarakat (Chang & Wu, 2023; Qi et al., 2023). Tujuan utama dari komunikasi politik adalah membentuk opini, memengaruhi persepsi, dan memobilisasi dukungan publik terhadap kebijakan, ideologi, atau kandidat politik (Badalyan & Gavrov, 2021; Baharuddin et al., 2023; Baharuddin, Sairin, et al., 2021; Baharuddin, Widayat, et al., 2021; Kriesi, 2020). Melibatkan berbagai strategi dan media, komunikasi politik mencakup pidato, iklan kampanye, debat, serta penggunaan media sosial dan teknologi informasi lainnya (Edgerly & Thorson, 2020; Holtz-Bacha & Johansson, 2017; Lestaluhu et al., 2023; Rifaid et al., 2023). Dalam konteks demokrasi, komunikasi politik menjadi sarana vital untuk menjaga keterlibatan warga negara, meningkatkan kesadaran politik, dan memperkuat fondasi demokratis suatu negara (Sánchez Medero, 2021).

Komunikasi politik dalam konteks pemilihan umum (pemilu) memiliki peran sentral dalam membentuk opini publik, memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat dan partai politik, serta memobilisasi pemilih (Luth et al., 2023). Komunikasi politik mencakup sejumlah strategi dan alat, mulai dari pidato, iklan kampanye, debat, hingga pemanfaatan media sosial (Widayat, Nurmandi, Rosilawati, Natshir, et al., 2022; Widayat, Nurmandi, Rosilawati, Qodir, et al., 2022). Dalam era modern, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran kunci dalam menyampaikan pesan politik kepada pemilih, menciptakan citra yang diinginkan, dan menjalankan kampanye politik secara efektif. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi politik sangat penting bagi kandidat dan partai politik guna meraih dukungan dan sukses dalam proses pemilihan umum (Vaccari & Valeriani, 2015; Wolfsfeld et al., 2016).

Pentingnya komunikasi politik tidak hanya terletak pada aspek persuasif, tetapi juga dalam membuka dialog antara pemimpin dan masyarakat. Dalam sebuah pemilu, komunikasi politik yang efektif dapat menciptakan keterlibatan aktif warga negara, meningkatkan kesadaran politik, dan memperkuat fondasi demokrasi (Chen et al., 2016;

Gazali, 2014). Selain itu, transparansi, kejujuran, dan akuntabilitas dalam komunikasi politik menjadi nilai-nilai yang memperkuat hubungan antara pemimpin dan pemilih. Seiring berkembangnya teknologi dan perubahan dinamika sosial, strategi komunikasi politik terus beradaptasi untuk mencapai tujuan politik yang diinginkan, menjadikan pemahaman tentang komunikasi politik sebagai kunci keberhasilan dalam meraih dukungan publik dalam konteks pemilu (Adamczewska, 2023; Fenoll, 2022).

Penggunaan media sosial telah menjadi elemen krusial dalam komunikasi politik pada masa kini, terutama dalam konteks pemilihan umum. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube memberikan ruang yang luas bagi kandidat dan partai politik untuk menyebarkan pesan, membangun citra, dan berinteraksi langsung dengan pemilih. Kampanye politik dapat memanfaatkan media sosial untuk membuat konten yang menarik, termasuk video kampanye, wawancara langsung, dan tautan ke platform lain yang berisi informasi lebih lanjut. Selain itu, media sosial memungkinkan kampanye untuk lebih spesifik dalam menargetkan segmen pemilih tertentu berdasarkan data demografis, preferensi politik, dan perilaku online, sehingga pesan politik dapat disampaikan dengan lebih efektif kepada khalayak yang dituju (López-García & Pavía, 2019; Novoselova, 2020).

Namun, penggunaan media sosial dalam komunikasi politik juga membawa tantangan baru, termasuk penyebaran informasi palsu, polarisasi opini, dan potensi untuk menciptakan echo chamber di mana pemilih hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka. Oleh karena itu, sementara media sosial menyediakan alat yang kuat untuk membangun kampanye politik, kandidat dan partai politik juga harus berhati-hati untuk memitigasi risiko-risiko tersebut dan memastikan bahwa penggunaan media sosial dilakukan secara etis dan bertanggung jawab (Carral et al., 2023; Cruz et al., 2022; Justwan et al., 2018). Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya menjadi instrumen untuk meraih dukungan, tetapi juga menuntut strategi komunikasi politik yang cerdas dan adaptif untuk mengelola kompleksitasnya.

Pentingnya kehadiran aktif di media sosial dalam komunikasi politik tidak hanya memengaruhi dinamika kampanye, tetapi juga merubah cara pemilih berinteraksi dengan proses politik secara keseluruhan. Pemilihan umum melalui media sosial memberikan kesempatan bagi pemilih untuk berpartisipasi secara langsung, mengungkapkan pandangan mereka, dan berdiskusi tentang isu-isu politik dengan sesama pengguna. Sementara itu, kandidat dan partai politik juga dapat memanfaatkan umpan balik yang diterima melalui media sosial untuk memahami lebih baik keinginan pemilih, merespons isu-isu yang sedang tren, dan secara dinamis mengubah strategi komunikasi mereka. Dengan demikian, media sosial bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan politik, tetapi juga menjadi wadah interaktif yang membentuk narasi politik dan merangkul partisipasi publik dalam proses demokratis (Kushin & Yamamoto, 2010; Tapsell, 2021).

Secara keseluruhan, komunikasi politik dan pemanfaatan media sosial merupakan dua pilar utama yang saling terkait dalam dinamika pemilihan umum. Komunikasi politik yang efektif tidak hanya mencakup penyampaian pesan persuasif, tetapi juga membangun jembatan dialog antara pemimpin dan masyarakat, menguatkan keterlibatan warga negara, dan mendorong kesadaran politik. Sementara itu, media sosial menjadi platform yang memberikan dimensi interaktif dan dinamis, memungkinkan kandidat dan partai politik untuk lebih dekat dengan pemilih, namun juga memerlukan kewaspadaan terhadap potensi risiko. Dalam menghadapi tantangan

ini, strategi komunikasi politik yang bijaksana dan adaptif menjadi kunci untuk mencapai tujuan politik, sambil menjaga integritas, transparansi, dan partisipasi aktif dalam proses demokratis. Dengan perpaduan yang seimbang antara tradisional dan modern, serta pengelolaan yang cermat terhadap media sosial, komunikasi politik dapat menjadi kekuatan yang memperkuat fondasi demokrasi dan merangkul partisipasi publik dalam pemilihan umum.

Meskipun tinjauan sebelumnya memberikan pemahaman yang dalam tentang peran komunikasi politik dan media sosial dalam pemilihan umum, terdapat kekurangan dalam penggunaan pendekatan analisis bibliometrik. Hingga saat ini, belum terdapat eksplorasi yang memanfaatkan analisis bibliometrik untuk mengidentifikasi tren penelitian, pola afiliasi, serta subjek area yang dominan dalam literatur mengenai media sosial dan komunikasi politik dalam pemilu. Dengan demikian, ada sebuah celah dalam literatur yang menyoroti kebutuhan akan pendekatan ini guna memperkuat pemahaman kita tentang dinamika penelitian dalam domain ini serta mengisi celah pengetahuan yang masih ada.

Saat ini, masih sangat minim ditemukan studi yang spesifik mengkaji ketiga topik seperti, media sosial, komunikasi politik, dan pemilu secara simultan, terutama dengan melihat hasil publikasi yang berkembang saat ini secara global, termasuk dengan pendekatan analisis bibliometrik. Tujuan penelitian adalah untuk mengisi celah penelitian (*research gap*) yang masih minim ditemukan dalam kajian ini. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana media sosial mempengaruhi dinamika komunikasi politik selama periode pemilihan umum secara keseluruhan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur ilmiah dengan menyajikan pemahaman yang lebih holistik dan terkini terkait fenomena ini.

Adapun pertanyaan penelitian ini diuraikan sebagai berikut. (1) Bagaimana pola tren penelitian global mengenai media sosial dan komunikasi politik dalam pemilihan umum dapat diuraikan, terutama terkait dengan jumlah dokumen yang dipublikasikan, afiliasi yang terlibat, dan subjek area yang dominan? (2) Bagaimana dokumen-dokumen yang paling berpengaruh, ditentukan oleh jumlah sitasi yang diterima, dapat diselidiki untuk memahami dampaknya dalam literatur terkait? (3) Bagaimana pemetaan topik penelitian terkait media sosial dan komunikasi politik dalam pemilihan umum dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fokus penelitian dan perkembangan tren di bidang ini secara global? Dengan pertanyaan-pertanyaan ini sebagai panduan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif dinamika penelitian terkait media sosial dan komunikasi politik dalam konteks pemilu secara global.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik dengan mengakses sumber data dari database internasional terkemuka, yaitu Scopus. Kriteria inklusi dalam penelitian ini mencakup artikel yang memuat istilah kunci seperti "*Social media*," "*Political Communication*," dan "*Election*" dalam judul, abstrak, atau kata kunci. Rentang waktu publikasi dari tahun 2019 hingga 2023 digunakan untuk memastikan inklusi hasil penelitian yang relevan dan terkini. Untuk mengatasi bias dalam pemilihan data, penelitian ini menerapkan proses filterisasi yang ketat dan transparan menggunakan kriteria yang telah ditetapkan serta mengakses sumber data dari database terkemuka,

yaitu Scopus. Setelah proses tersebut, ditemukan sebanyak 635 dokumen yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Dokumen-dokumen yang berhasil terkumpul kemudian dianalisis menggunakan alat analisis bibliometrik Vosviewer. Penggunaan alat ini memungkinkan peneliti untuk visualisasi jaringan kolaborasi antara penulis, kluster topik yang mendominasi, serta frekuensi dan dampak citasi dari karya ilmiah yang relevan. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam tentang tren penelitian, fokus topik, dan hubungan antarpemula dalam bidang studi yang menggabungkan media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum. Analisis bibliometrik diharapkan memberikan wawasan yang lebih sistematis dan objektif terkait dengan perkembangan pengetahuan dalam bidang ini selama periode waktu yang telah ditetapkan.

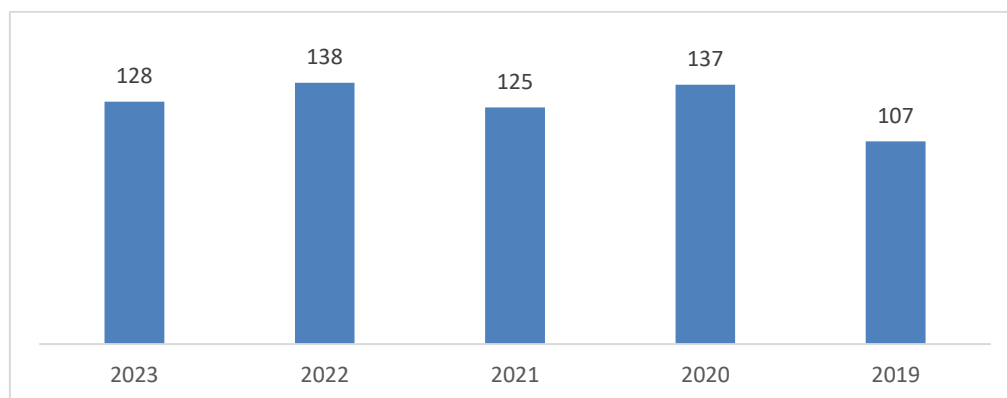
Hasil dan Pembahasan

Dalam mengeksplorasi dinamika penelitian global terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum, analisis bibliometrik pada *database* Scopus periode 2019-2023 memberikan gambaran yang komprehensif. Jumlah dokumen sebanyak 635 mencerminkan tingginya minat akademis dalam isu-isu ini di berbagai belahan dunia. Analisis afiliasi pemula menggambarkan kerjasama lintas negara, sementara distribusi *subject area* menyoroti kompleksitas multidisiplin yang melibatkan ilmu politik, komunikasi, dan teknologi informasi. Selain itu, penelitian juga menyoroti dokumen-dokumen berpengaruh berdasarkan citasi, menciptakan peta intelektual yang mengidentifikasi kontribusi signifikan terhadap literatur ilmiah. Pemetaan topik penelitian terkait secara khusus membahas isu media sosial dan komunikasi politik dalam konteks pemilihan umum, memberikan pandangan terinci tentang fokus penelitian yang paling menonjol dalam bidang ini. Melalui tinjauan ini, dapat dipahami bagaimana tren penelitian global mencerminkan evolusi dan kompleksitas interaksi antara media sosial, komunikasi politik, dan proses demokratisasi pada tingkat global.

Tren Penelitian Global: Jumlah dokumen, Afiliasi, dan Subject Area

Tren penelitian global terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum membuka jendela pada keberagaman dan intensitas penelitian di tingkat internasional. Ikut memfokuskan pada jumlah dokumen, afiliasi pemula, dan distribusi *subject area*, tinjauan ini menyajikan pemahaman mendalam tentang minat akademis dan kerjasama lintas negara dalam bidang ini.

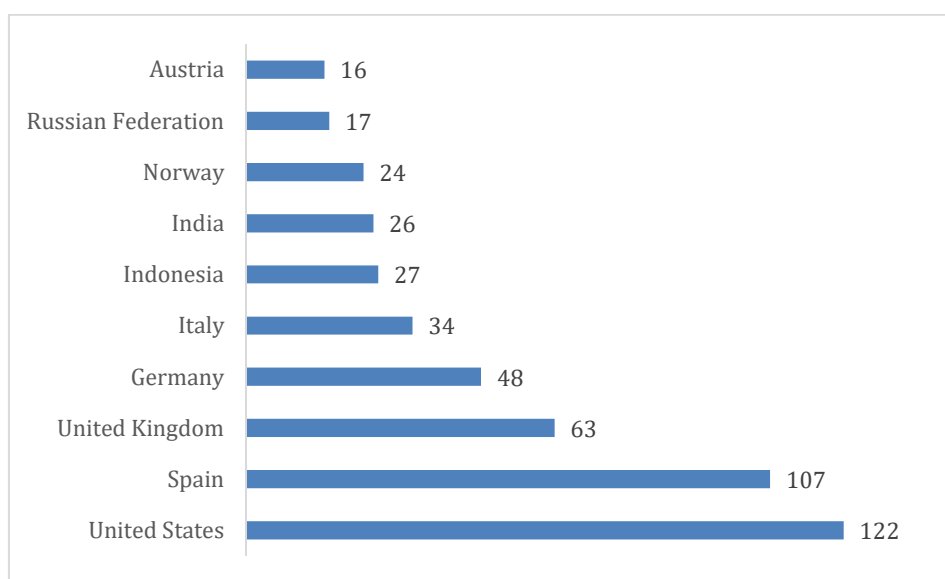
Gambar 1. Jumlah dokumen publikasi 2019-2023



Sumber: Scopus, 2023

Berdasarkan data jumlah dokumen publikasi pada periode 2019-2023, terlihat tren fluktuasi dalam aktivitas penelitian. Pada tahun 2019, tercatat 107 dokumen, mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2020 menjadi 137 dokumen. Meskipun demikian, terjadi penurunan pada tahun 2021 dengan 125 dokumen, namun kembali mengalami kenaikan pada tahun 2022 menjadi 138 dokumen. Proyeksi untuk tahun 2023 menunjukkan penurunan dengan jumlah dokumen sebanyak 128. Fluktuasi ini mencerminkan dinamika perubahan minat penelitian, isu-isu aktual, atau tren perkembangan dalam topik media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum selama periode tersebut.

Gambar 2. Jumlah dokumen publikasi berdasarkan afiliasi penulis



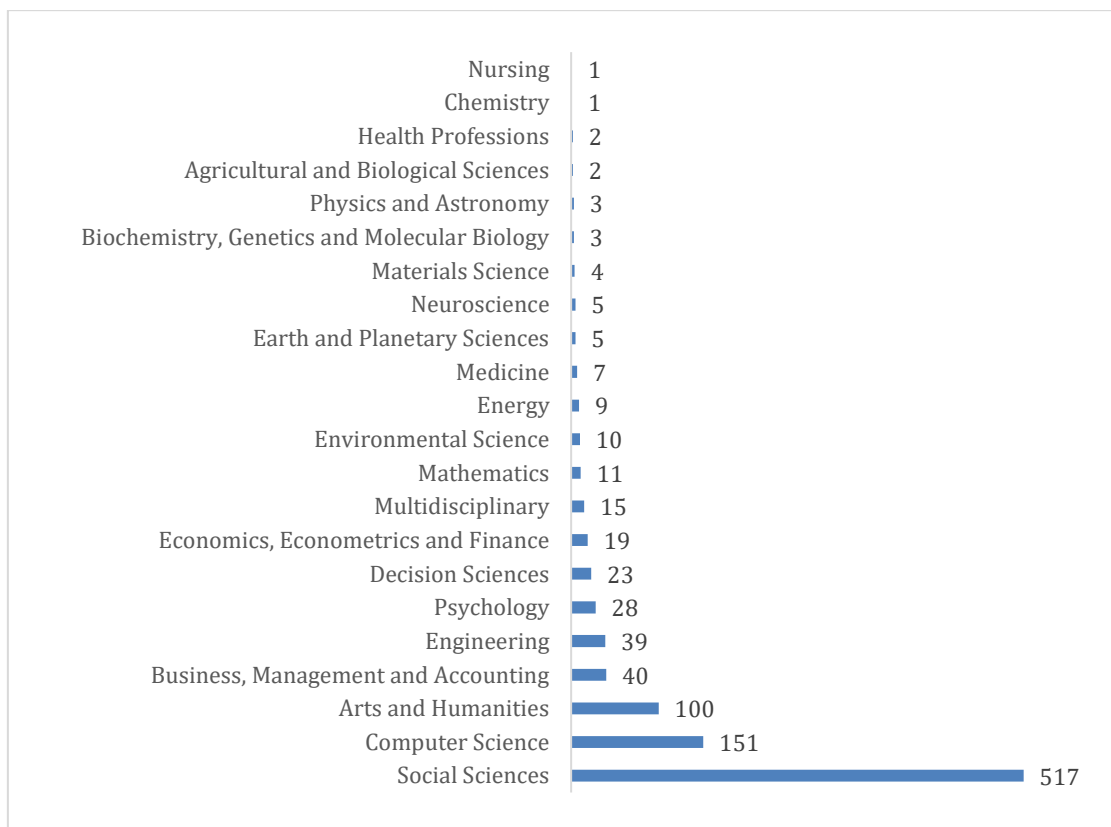
Sumber: Scopus, 2023

Berdasarkan afiliasi penulis dalam dokumen publikasi pada periode ini, dapat diamati bahwa penelitian terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum memiliki distribusi yang signifikan di beberapa negara. Amerika Serikat memimpin dalam hal jumlah dokumen dengan 122, menunjukkan dominasi penelitian dalam bidang ini. Spanyol juga mencapai jumlah yang substansial dengan 107 dokumen, menggambarkan ketertarikan dan kontribusi signifikan dari komunitas penelitian di negara tersebut. United Kingdom, Jerman, dan Italia menyusul sebagai kontributor utama dengan 63, 48, dan 34 dokumen, masing-masing. Adanya kontribusi yang cukup dari negara-negara seperti Indonesia, India, dan Norwegia mencerminkan sifat global dan inklusif dari penelitian ini. Keseluruhan, distribusi afiliasi penulis mencerminkan keberagaman dan kerjasama lintas batas dalam penelitian tentang media sosial dan komunikasi politik di tingkat internasional.

Distribusi geografis yang beragam dalam penelitian tentang media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum menciptakan implikasi signifikan dalam pemahaman dinamika global dari topik tersebut. Dominasi Amerika Serikat, Spanyol, dan negara-negara Eropa seperti Inggris, Jerman, dan Italia menyoroti peran sentral dan kontribusi dari berbagai konteks sosial-politik. Sementara itu, partisipasi aktif dari negara-negara berkembang seperti Indonesia dan India menunjukkan pentingnya

melibatkan perspektif global yang beragam dalam kajian ini. Implikasi ini mendukung urgensi untuk merinci dan memahami dampak media sosial terhadap komunikasi politik dan pemilihan umum dari perspektif lintas budaya dan kontekstual, serta mempromosikan kerjasama internasional dalam merumuskan kebijakan dan praktik demokratis yang relevan.

Gambar 3. Jumlah dokumen publikasi berdasarkan *subject area*



Sumber: Scopus, 2023

Gambar 3 memperlihatkan distribusi jumlah dokumen publikasi berdasarkan *subject area* dalam konteks penelitian media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum. Secara signifikan, *Social Sciences* mendominasi dengan 517 dokumen, mencerminkan interdisiplin dan kompleksitas kajian ini yang melibatkan berbagai aspek ilmu sosial. Disusul oleh *Computer Science* dengan 151 dokumen, menunjukkan peran teknologi informasi dalam membentuk dan memahami fenomena media sosial dan komunikasi politik. *Arts and Humanities* juga memainkan peran penting dengan 100 dokumen, mencerminkan dampak media sosial dan pemilihan umum dalam ranah budaya dan humaniora. Sementara itu, adanya jumlah yang lebih rendah dalam kategori seperti *Economics*, *Engineering*, dan *Decision Sciences* menggambarkan fokus khusus pada aspek tertentu dalam penelitian ini.

Distribusi ini mencerminkan bahwa penelitian tentang media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum melibatkan kolaborasi lintas disiplin, dengan penekanan khusus pada aspek sosial, teknologi informasi, dan humaniora. Peningkatan jumlah dokumen dalam *Computer Science* menunjukkan bagaimana teknologi informasi menjadi perangkat utama dalam memahami dampak media sosial pada proses politik. Analisis

subject area ini memberikan wawasan tentang divergensi dan konvergensi aspek ilmiah yang terlibat dalam penelitian ini, mendemonstrasikan kompleksitas dan keragaman pendekatan yang diambil oleh para peneliti.

Dari gambaran umum tersebut, dapat disimpulkan bahwa tren penelitian global mengenai media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum menunjukkan kompleksitas yang melibatkan respons dinamis peneliti terhadap perubahan isu-isu dan dinamika dalam bidang tersebut. Meskipun Amerika Serikat mendominasi dalam afiliasi penulis, partisipasi aktif dari negara-negara berkembang seperti Spanyol, Indonesia, dan India menambah nilai dengan menyajikan perspektif yang beragam. Penting untuk mempertimbangkan elemen kritis, seperti representativitas dominasi Amerika Serikat dalam jumlah dokumen dan fluktuasi yang signifikan, yang dapat memunculkan pertanyaan tentang stabilitas fokus penelitian. Meski demikian, dominasi *Social Sciences* dan *Computer Science* dalam distribusi *subject area* mencerminkan pentingnya pendekatan multidisiplin dan integrasi teknologi informasi dalam pemahaman fenomena media sosial dan komunikasi politik. Meskipun adanya kategori dengan jumlah dokumen yang lebih rendah, seperti *Economics*, menimbulkan pertanyaan tentang keseimbangan perhatian terhadap aspek tertentu. Oleh karena itu, sementara distribusi ini mencerminkan keragaman pendekatan, perlu diperhatikan kekomprehensifan dalam pemahaman fenomena kompleks ini.

Tren penelitian global terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum mencerminkan *landskap* yang dinamis dan beragam dalam konteks akademis internasional. Peningkatan jumlah dokumen, keragaman afiliasi peneliti, dan distribusi di berbagai *subject area* menggambarkan minat yang intens dan kerjasama lintas negara yang kuat dalam eksplorasi fenomena ini. Perkembangan ini tidak hanya mencerminkan kompleksitas topik tersebut, tetapi juga mengindikasikan urgensi untuk memahami dampak media sosial terhadap komunikasi politik dan proses pemilihan umum secara holistik. Keberagaman penelitian ini menjadi sumber kekayaan dalam memahami dinamika kompleks demokrasi modern, dengan masing-masing negara memberikan kontribusi unik dalam membentuk narasi global tentang peran media sosial dalam komunikasi politik dan pemilihan umum.

Tren penelitian global yang diidentifikasi dalam konteks media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum menggambarkan perkembangan yang dinamis dalam penelitian lintas disiplin. Dalam perbandingan dengan penelitian terdahulu, temuan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah dokumen, serta keberagaman afiliasi peneliti dan distribusi *subject area* yang lebih luas. Implikasi praktis dari temuan ini mencakup kebutuhan untuk mempertimbangkan perspektif global yang beragam dalam merumuskan kebijakan demokratis dan praktik komunikasi politik yang lebih inklusif. Meskipun demikian, perlu dilakukan analisis lebih lanjut terkait kesesuaian dan pertentangan dengan penelitian sebelumnya untuk memahami kontribusi unik dari setiap studi dan menyoroti area-area di mana penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang signifikan. Dengan demikian, pemahaman tentang tren penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang kompleksitas fenomena tersebut tetapi juga memberikan arah untuk pengembangan penelitian lebih lanjut yang dapat mengisi celah pengetahuan dalam domain yang berkaitan dengan media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum secara global.

Tren Penelitian Global: Dokumen Berpengaruh Berdasarkan Sitasi

Dalam menjelajahi tren penelitian global, penting untuk memahami dampak dan pengaruh karya ilmiah. Analisis dokumen berpengaruh berdasarkan sitasi memberikan wawasan mendalam tentang kontribusi yang signifikan dalam literatur ilmiah mengenai media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum.

Tabel 1. Jumlah sitasi tertinggi

Judul artikel	Sitasi
<i>A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India</i>	216
<i>Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election</i>	186
<i>Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion</i>	140
<i>Agenda Seeding: How 1960s Black Protests Moved Elites, Public Opinion and Voting</i>	123
<i>Information gerrymandering and undemocratic decisions</i>	101

Sumber: Scopus, 2023

Tabel 1 mencantumkan dokumen-dokumen dengan jumlah sitasi tertinggi, menyoroti karya ilmiah yang paling berpengaruh dalam penelitian global tentang media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum. Implikasinya sangat besar, mengindikasikan bahwa karya-karya tersebut memainkan peran sentral dalam membentuk dan memandu diskursus akademis. Tingginya jumlah sitasi mencerminkan pengakuan luas dan penerimaan terhadap kontribusi intelektual dari para peneliti tersebut, memberikan pijakan kuat untuk pengembangan lebih lanjut dalam pemahaman terhadap kompleksitas topik tersebut. Implikasi lainnya juga dapat mendorong peneliti untuk memperdalam kajian terhadap aspek-aspek yang telah mendapatkan perhatian intens dalam karya ilmiah yang sangat sitatif, serta mengeksplorasi dimensi-dimensi baru yang mungkin belum tercakup secara luas namun memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang signifikan pada bidang penelitian ini.

Dokumen yang memiliki sitasi tertinggi yaitu "*A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India*" menyoroti intervensi literasi media digital yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perbedaan antara berita utama dan berita palsu di Amerika Serikat dan India, menciptakan kesadaran kritis yang diperlukan dalam era informasi digital (Guess, Lerner, et al., 2020). Selanjutnya, "*Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election*" menggambarkan dampak paparan masyarakat terhadap situs web yang tidak dapat dipercaya selama pemilihan presiden AS tahun 2016, memberikan wawasan tentang bagaimana informasi yang tidak dapat dipercaya dapat memengaruhi pandangan publik dan dinamika pemilihan (Guess, Nyhan, et al., 2020).

Sementara itu, "*Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion*" mengungkapkan peran media sosial dalam membentuk opini publik, khususnya dalam bagaimana jurnalis menggunakan *platform* tersebut untuk

merepresentasikan pandangan masyarakat (McGregor, 2019). Dokumen lainnya "*Agenda Seeding: How 1960s Black Protests Moved Elites, Public Opinion and Voting*" mengeksplorasi bagaimana protes kalangan minoritas pada 1960-an memengaruhi elit, opini publik, dan partisipasi pemilih, menyoroti dampak gerakan sosial dalam konteks komunikasi politik (Wasow, 2020). Terakhir, "*Information gerrymandering and undemocratic decisions*" membahas praktik manipulasi informasi dan bagaimana hal tersebut dapat berkontribusi pada keputusan politik yang tidak demokratis (Stewart et al., 2019).

Implikasi dari analisis sitasi tertinggi pada artikel-artikel ini memberikan arah yang berharga bagi studi selanjutnya dalam domain media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum. Tingginya jumlah sitasi menandakan bahwa karya-karya tersebut telah mendapat pengakuan yang luas dari komunitas akademis, menunjukkan relevansi dan dampaknya yang signifikan. Studi selanjutnya dapat mengambil inspirasi dari fokus artikel-artikel ini, seperti intervensi literasi media digital, eksposur terhadap situs web tidak terpercaya, peran media sosial dalam merepresentasikan opini publik, dan dampak gerakan sosial terhadap elit, opini publik, dan partisipasi pemilih.

Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi konteks global yang lebih luas atau mendalam pada aspek-aspek spesifik yang mungkin belum terungkap sepenuhnya dalam karya-karya tersebut. Selain itu, implikasi tabel ini memberikan panggilan untuk penelitian yang inovatif dan responsif terhadap perkembangan dinamis dalam teknologi, politik, dan dinamika sosial yang dapat memengaruhi media sosial dan komunikasi politik. Dengan demikian, artikel-artikel ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan pembukaan jalan menuju pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas hubungan antara media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum.

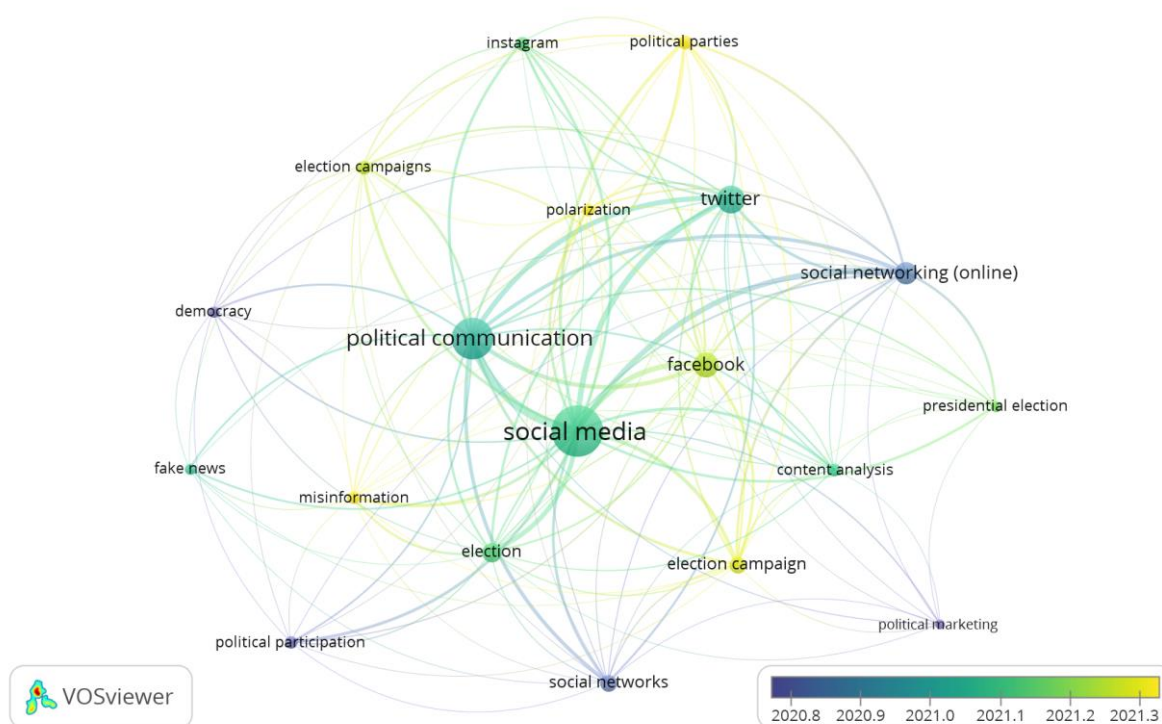
Temuan tentang dokumen berpengaruh dalam penelitian global tentang media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum memberikan wawasan yang berharga, namun, untuk memperluas pemahaman, perbandingan dengan penelitian terdahulu menjadi penting. Dalam kajian sebelumnya, beberapa peneliti menyoroti pentingnya literasi media digital dalam membedakan antara berita utama dan palsu, sementara yang lain menekankan dampak paparan masyarakat terhadap situs web tidak terpercaya selama pemilihan presiden AS 2016. Temuan ini menggambarkan bagaimana informasi yang tidak dapat dipercaya dapat memengaruhi pandangan publik dan dinamika pemilihan.

Di sisi lain, penelitian lain menyoroti peran media sosial dalam merepresentasikan opini publik dan bagaimana gerakan sosial pada tahun 1960-an memengaruhi elit, opini publik, dan partisipasi pemilih. Analisis terhadap temuan ini menyoroti pentingnya melihat perkembangan tren penelitian dari waktu ke waktu dan memahami bagaimana penelitian baru melengkapi atau bertentangan dengan temuan sebelumnya. Diskusi ini dapat memberikan arah bagi peneliti untuk mengeksplorasi aspek yang belum terungkap sepenuhnya atau menemukan konfirmasi lebih lanjut tentang temuan yang ada. Selain itu, implikasi praktis dari temuan, seperti pengembangan intervensi literasi media digital atau pemahaman lebih baik tentang dampak media sosial dalam politik, juga harus dieksplorasi lebih lanjut untuk memastikan kebijakan dan praktik yang tepat di lapangan.

Pemetaan Topik Penelitian Terkait: Media Sosial dan Komunikasi Politik Dalam Pemilu

Pemetaan topik penelitian terkait media sosial dan komunikasi politik dalam pemilihan umum (pemilu) menjadi perenungan yang mendalam atas urgensi memahami dinamika interaksi antara media sosial dan proses demokrasi. Dalam era di mana teknologi informasi menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik, memobilisasi pemilih, dan memengaruhi dinamika politik telah menjadi semakin signifikan. Melalui pemetaan ini, dapat disorot berbagai aspek kritis. Maka dengan demikian, pemetaan topik penelitian terkait media sosial dan komunikasi politik dalam pemilihan umum (pemilu) menjadi langkah penting dalam memahami dinamika hubungan antara ketiga topik tersebut.

Gambar 4. Pemetaan topik penelitian terkini terkait media sosial dan komunikasi politik dalam pemilu



Sumber: Vosviewer, 2023

Gambar 4, yang memvisualisasikan pemetaan topik penelitian terkini terkait media sosial dan komunikasi politik dalam pemilihan umum (pemilu), memberikan pandangan menyeluruh tentang keragaman topik yang sedang dibahas dalam literatur akademis. Dalam keseimbangan antara berbagai fokus penelitian, terdapat beberapa topik yang menonjol dan terus menjadi subjek perdebatan. Polarisasi, sebagai salah satu topik utama, memperlihatkan kepentingan para peneliti dalam memahami dampak media sosial dan komunikasi politik terhadap polarisasi opini di kalangan masyarakat. Disamping itu, peran partai politik dan isu seputar disinformasi juga menjadi perhatian signifikan, mencerminkan urgensi untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial memengaruhi citra partai politik dan menanggulangi penyebaran informasi palsu dalam konteks pemilu.

Polarisasi merujuk pada pembagian masyarakat menjadi kelompok-kelompok yang memiliki pandangan atau sikap politik yang ekstrem dan saling bertentangan. Dalam konteks media sosial dan komunikasi politik, polarisasi sering kali dipelajari untuk memahami bagaimana platform tersebut dapat memperkuat pemisahan dan ketegangan antara kelompok-kelompok dengan pandangan politik yang berbeda. Analisis terhadap polarisasi membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memperkuat divisi masyarakat dan bagaimana dinamika ini dapat memengaruhi stabilitas politik dan proses demokratis (Pradipta et al., 2023; Stewart et al., 2019).

Partai politik dalam media sosial dan komunikasi politik sangat penting karena platform tersebut menjadi saluran utama untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan pemilih. Penelitian tentang partai politik fokus pada bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk memobilisasi basis dukungan, mengelola krisis, dan membentuk persepsi publik. Selain itu, analisis ini juga mengulas dampak partisipasi partai politik dalam lingkungan digital terhadap dinamika kompetisi politik dan representasi politik di era modern (Graham & Schwanholz, 2020; Spierings & Jacobs, 2019).

Disinformasi mencakup penyebaran informasi palsu atau menyesatkan dengan tujuan memengaruhi opini publik atau merugikan pihak tertentu. Dalam konteks pemilu dan media sosial, isu disinformasi menjadi sorotan karena platform tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan narasi palsu dengan cepat dan luas. Penelitian terkait disinformasi fokus pada mengidentifikasi sumber-sumbernya, menganalisis cara penyebarannya, dan mengembangkan strategi untuk memitigasi dampak negatifnya terhadap proses demokratis. Kesadaran akan peran disinformasi menjadi krusial dalam mempertahankan integritas pemilihan umum dan memastikan informasi yang akurat dan jujur diakses oleh pemilih (Power Wogu et al., 2020).

Implikasi dari pemetaan topik penelitian terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum dalam pemilu sangat penting untuk penelitian selanjutnya. Pertama, pemahaman mendalam tentang dampak polarisasi, peran partai politik, dan penyebaran disinformasi melalui media sosial dapat memberikan pandangan kritis terhadap tantangan dan peluang dalam menjaga integritas pemilihan umum. Penelitian lebih lanjut dapat merinci strategi efektif untuk mengatasi polarisasi, memanfaatkan partai politik secara positif, dan mengembangkan langkah-langkah pencegahan disinformasi dalam konteks demokrasi digital.

Selanjutnya, respons peneliti global terhadap temuan-temuan ini dapat membentuk arah baru dalam studi-studi mendatang. Dengan memahami urgensi isu-isu tersebut, peneliti dapat bekerja bersama untuk mengembangkan kerangka kerja yang holistik dan solusi inovatif dalam menghadapi tantangan media sosial dalam arena politik. Kolaborasi antarpeneliti, institusi, dan negara dapat menjadi kunci untuk menyusun strategi yang lebih efektif dalam menghadapi dinamika kompleks yang melibatkan media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum. Dengan demikian, pemetaan topik penelitian ini bukan hanya memberikan gambaran yang jelas tentang fokus akademis saat ini, tetapi juga menggambarkan panggilan untuk aksi kolektif dalam merespons perubahan-perubahan dinamis dalam dunia digital dan politik.

Kesimpulan

Dalam pemetaan topik penelitian terkait media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum dalam pemilu, beberapa temuan utama muncul dari analisis terhadap

jumlah dokumen, afiliasi penulis, dan *subject area*. Pertama, kompleksitas hubungan antara media sosial dan komunikasi politik tercermin dalam fokus penelitian yang bervariasi, dengan polarisasi, peran partai politik, dan disinformasi menjadi pusat perhatian. Temuan ini mencerminkan ketertarikan global terhadap dinamika kompleks di dunia digital yang memengaruhi proses demokratis, terutama dalam konteks pemilihan umum. Kedua, distribusi geografis penelitian menunjukkan kontribusi yang signifikan dari berbagai negara, menggarisbawahi pentingnya pendekatan global dan inklusif dalam memahami dampak media sosial pada komunikasi politik dan pemilihan umum. Dominasi Amerika Serikat dalam jumlah dokumen menegaskan peran sentralnya dalam literatur ilmiah, sementara partisipasi aktif dari negara-negara berkembang seperti Indonesia dan India menyoroti keberagaman perspektif yang berkontribusi pada pemahaman yang lebih holistik. Kesimpulan ini menggambarkan lanskap penelitian global yang dinamis dan menantang di bidang media sosial, komunikasi politik, dan pemilihan umum, memperkuat urgensi penelitian terus-menerus untuk mengatasi tantangan-tantangan yang berkembang dalam demokrasi digital. Rekomendasi untuk penelitian masa depan mencakup penekanan pada kolaborasi lintas negara untuk memperdalam pemahaman global, serta fokus pada pengembangan strategi mitigasi risiko terkait informasi palsu dan polarisasi opini. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan, termasuk pembuat kebijakan, peneliti, dan praktisi komunikasi politik, untuk merancang pendekatan yang lebih efektif dalam memperkuat integritas demokrasi, mempromosikan partisipasi warga negara, dan mengatasi tantangan yang berkembang dalam lingkungan digital saat ini.

Referensi

- Adamczewska, K. (2023). Interactive Election Campaigns on Social Media? Flow of Political Information Among Journalists and Politicians as an Element of the Communication Strategy of Political Actors. *Journal of Information Technology and Politics*, 2024. <https://doi.org/10.1080/19331681.2023.222717>
- Badalyan, K. A., & Gavrov, S. N. (2021). Leaders of public opinion: political communication with youth in Russia during 2018–2019. *Russian Journal of Communication*, 13(3), 238–252. <https://doi.org/10.1080/19409419.2021.1999154>
- Baharuddin, T., Qodir, Z., Jubba, H., & Nurmandi, A. (2022). Prediction of Indonesian presidential candidates in 2024 using sentiment analysis and text search on Twitter. *International Journal of Communication and Society*, 4(2), 204–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.31763/ijcs.v4i2.512>
- Baharuddin, T., Sairin, S., Jubba, H., Qodir, Z., Nurmandi, A., & Hidayati, M. (2021). Social Capital and Social Trust: The State 's Response in Facing the Spread of COVID-19 in Indonesia. *Sociology and Technoscience*, 11(2), 23–47. <https://doi.org/10.24197/st.2.2021.23-47>
- Baharuddin, T., Sairin, S., Qodir, Z., & Jubba, H. (2023). Form of Capital in Elections: Candidate Victory over Political Economy Domination. *The International Journal of Interdisciplinary Civic and Political Studies*, 18(1), 77–96. <https://doi.org/10.18848/2327-0071/CGP/v18i01/77-96>
- Baharuddin, T., Widayat, R. M., Qodir, Z., & Jubba, H. (2021). The Narrative And Collectivity Of The Deradicalization Movement Regarding Terror Actions In Indonesia : A Twitter Analysis. *Jurnal Ilmu Sosial*, 20(1), 95–110. <https://doi.org/10.14710/jis.20.1.2021.95>
- Carral, U., Tuñón, J., & Elías, C. (2023). Populism, cyberdemocracy and disinformation: analysis of the social media strategies of the French extreme right in the 2014 and 2019 European elections. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 2024. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01507-2>
- Chang, C., & Wu, C. L. (2023). Active vs. Passive Ambivalent Voters: Implications for Interactive

- Political Communication and Participation. *Communication Research*, 50(7), 828–853. <https://doi.org/10.1177/00936502211066001>
- Chen, H. T., Chan, M., & Lee, F. L. F. (2016). Social media use and democratic engagement: a comparative study of Hong Kong, Taiwan, and China. *Chinese Journal of Communication*, 9(4), 348–366. <https://doi.org/10.1080/17544750.2016.1210182>
- Cruz, L. C., Cruz, J. N. Dela, Maglangit, S. F., Magtira, M., Imperial, J. M., & Rodriguez, R. (2022). Is Twitter an Echo Chamber? Connecting Online Public Sentiments to Actual Results From the 2019 Philippine Midterm Elections. *2022 International Conference on Asian Language Processing, IALP 2022*, 57–62. <https://doi.org/10.1109/IALP57159.2022.9961305>
- Ederly, S., & Thorson, K. (2020). Political communication and public opinion: Innovative research for the digital age. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 189–194. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa019>
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider : exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61. <https://doi.org/10.1177/0267323116682802>
- Fenoll, V. (2022). Political communications on Facebook and populism. The 2019 European Parliament election in Spain. *Communication and Society*, 35(3), 91–103. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.91-103>
- Frye, T., & Borisova, E. (2019). Elections, protest, and trust in government: A natural experiment from Russia. *Journal of Politics*, 81(3), 820–832. <https://doi.org/10.1086/702944>
- Gazali, E. (2014). Learning by clicking: An experiment with social media democracy in Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4–5), 425–439. <https://doi.org/10.1177/1748048514524119>
- Graham, T., & Schwanholz, J. (2020). Politicians and political parties' use of social media in-between elections. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 9(2), 91–103. https://doi.org/10.1386/ajms_00017_1
- Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J., & Sircar, N. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(27), 15536–15545. <https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>
- Guess, A. M., Nyhan, B., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 472–480. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0833-x>
- Holtz-Bacha, C., & Johansson, B. (2017). Election posters around the globe: Political campaigning in the public space. *Election Posters Around the Globe: Political Campaigning in the Public Space*, 1–392. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-32498-2>
- Jubba, H., Baharuddin, T., Qodir, Z., & Iribaram, S. (2023). Sentiment Analysis : Predicting the Position of Islamic Political Parties in Indonesia in the Next Election. *International Congress on Information and Communication Technology*, 1027–1034. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-99-3091-3_84
- Justwan, F., Baumgaertner, B., Carlisle, J. E., Clark, A. K., & Clark, M. (2018). Social media echo chambers and satisfaction with democracy among Democrats and Republicans in the aftermath of the 2016 US elections. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28(4), 424–442. <https://doi.org/10.1080/17457289.2018.1434784>
- Kriesi, H. (2020). Political communication today: The perspective of a political scientist who studies public opinion and electoral behavior. *Comunicazione Politica*, 21(1), 21–34. <https://doi.org/10.3270/96420>
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? college students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608–630. <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.516863>
- Lestaluhu, S., Baharuddin, T., & Wance, M. (2023). Indonesian Policy Campaign for Electric Vehicles to Tackle Climate Change: Maximizing Social Media. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2547–2553. <https://doi.org/https://doi.org/10.18280/ijstdp.180826>

- López-García, G., & Pavía, J. M. (2019). Political communication in election processes: an overview. *Contemporary Social Science*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/21582041.2018.1479040>
- Luth, Maswati, R., & Baharuddin, T. (2023). Online political trust in Anies Baswedan as a candidate for the President of Indonesia 2024. In *Environmental Issues and Social Inclusion in a Sustainable Era* (pp. 317–322). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9781003360483-36>
- McGregor, S. C. (2019). Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion. *Journalism*, 20(8), 1070–1086. <https://doi.org/10.1177/1464884919845458>
- Novoselova, O. V. (2020). Peculiarities of modern nationalist messages in online political communication: The analyses of donald trump's and jair bolsonaro's election campaigns. *Changing Societies and Personalities*, 4(3), 350–371. <https://doi.org/10.15826/csp.2020.4.3.105>
- Power Wogu, I. A., Njie, S. N. N., Katende, J. O., Ukagba, G. U., Edogiawerie, M. O., & Misra, S. (2020). The Social Media, Politics of Disinformation in Established Hegemonies, and the Role of Technological Innovations in 21st Century Elections: The Road Map to US 2020 Presidential Elections. *International Journal of Electronic Government Research*, 16(3), 65–84. <https://doi.org/10.4018/IJEGR.2020070104>
- Pradipta, E. P., Rahman, T., Sukmono, F. G., & Junaedi, F. (2023). Analysis of Political Polarization Discourse on Social Media Ahead of the 2024 Election. *Communications in Computer and Information Science*, 1835 CCIS, 95–102. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36001-5_13
- Qi, D., Kim, C., & Bauer, N. M. (2023). Asian American and pacific islander women leaders & political communication. *Distinct Identities: Minority Women in U.S. Politics*, 172–187. <https://doi.org/10.4324/9781003297031-12>
- Rifaed, Rachman, M. T., Baharuddin, T., & Gohwong, S. (2023). Public Trust : Indonesian Policy in Developing a New Capital City (IKN). *Journal of Governance and Public Policy*, 10(3), 263–273. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jgpp.v10i3.17681>
- Rossini, P., Hemsley, J., Tanupabrungsun, S., Zhang, F., & Stromer-Galley, J. (2018). Social Media, Opinion Polls, and the Use of Persuasive Messages During the 2016 US Election Primaries. *Social Media and Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118784774>
- Sánchez Medero, R. (2021). Democratization in Political Communication. *Political Studies Review*, 19(4), 607–623. <https://doi.org/10.1177/1478929920924930>
- Spierings, N., & Jacobs, K. (2019). Political parties and social media campaigning: A qualitative comparative analysis of parties' professional Facebook and Twitter use in the 2010 and 2012 Dutch elections. *Acta Politica*, 54(1), 145–173. <https://doi.org/10.1057/s41269-018-0079-z>
- Stewart, A. J., Mosleh, M., Diakonova, M., Arechar, A. A., Rand, D. G., & Plotkin, J. B. (2019). Information gerrymandering and undemocratic decisions. *Nature*, 573(7772), 117–121. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1507-6>
- Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50–74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- Sujoko, A. (2019). Mainstream Media Politics in the Presidential Election of the Republic of Indonesia 2019. *International Journal of Science and Society*, 1(3), 1–5.
- Tapsell, R. (2021). Social Media and Elections in Southeast Asia: The Emergence of Subversive, Underground Campaigning. *Asian Studies Review*, 45(1), 117–134. <https://doi.org/10.1080/10357823.2020.1841093>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2015). Follow the leader! Direct and indirect flows of political communication during the 2013 Italian general election campaign. *New Media and Society*, 17(7), 1025–1042. <https://doi.org/10.1177/1461444813511038>
- Wasow, O. (2020). Agenda Seeding: How 1960s Black Protests Moved Elites, Public Opinion and Voting. *American Political Science Review*, 114(3), 638–659. <https://doi.org/10.1017/S000305542000009X>
- Widayat, R. M., Nurmandi, A., Rosilawati, Y., Natshir, H., Syamsurrijal, M., & Baharuddin, T. (2022). Bibliometric Analysis and Visualization Articles on Presidential Election in Social Media Indexed in Scopus by Indonesian Authors. *Proceedings of the 1st World Conference on Social and Humanities Research (W-SHARE 2021)*, 146–151.

<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220402.032>

Widayat, R. M., Nurmandi, A., Rosilawati, Y., Qodir, Z., Usman, S., & Baharuddin, T. (2022). 2019 Election Campaign Model in Indonesia Using Social Media. *Webology*, 19(1), 5216–5235.

<https://doi.org/10.14704/web/v19i1/web19351>

Wolfsfeld, G., Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2016). Political information repertoires and political participation. *New Media and Society*, 18(9), 2096–2115.

<https://doi.org/10.1177/1461444815580413>