

STRATEGI KAMPANYE DIGITAL JOE BIDEN DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK MELALUI ISU GEORGE FLOYD DAN BLACK LIVES MATTER

Zahra Nur Sya'bania¹, Nuur Annisaa Fadhilah², Najwa Najihah³, Muhammad Rakan Daffa⁴, Pia Khoirotn Nisa⁵

aca.alaska22@mhs.uinjkt.ac.id¹, nuurannisaa.fadhilah22@mhs.uinjkt.ac.id²,
najwa.najihah22@mhs.uinjkt.ac.id³, rakan.daffa22@mhs.uinjkt.ac.id⁴, pia.khoirotn@uinjkt.ac.id⁵

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak: Komunikasi politik mengalami perkembangan pesat di era digital, terutama dengan kehadiran media sosial sebagai platform utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Fenomena ini mengubah cara kampanye politik dijalankan, di mana politisi tidak hanya bergantung pada jurnalis sebagai perantara informasi, tetapi juga menggunakan influencer, blog politik, dan forum diskusi untuk membangun citra serta menarik perhatian pemilih. Subjek penelitian ini adalah akun resmi media sosial Joe Biden, baik di Twitter (@JoeBiden) maupun Facebook (Joe Biden Official Page), yang menjadi alat komunikasi langsung dalam menyampaikan pesan politik dan membentuk citra dirinya sebagai figur pemimpin yang ideal. Objek penelitian adalah konten media sosial yang diproduksi oleh akun resmi Joe Biden, seperti unggahan teks, gambar, video, serta interaksi. Peran influencer dalam keterlibatannya pada kampanye politik di media sosial menjadikannya bagian dari strategi branding politik. Narasumber menilai dukungan-dukungan para tokoh selebriti hingga para konten kreator TikTok secara cepat memperluas informasi dan membuat interaksi lebih dekat dengan masyarakat, khususnya para pemilih muda. Peran influencer dianggap sebagai suatu hal yang dapat membentuk opini publik secara cepat dan praktis. Dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye digital Joe Biden melalui media sosial berhasil membentuk opini publik. Biden menggunakan platform untuk menyampaikan pesan-pesan empatik, menyoroti isu keadilan sosial, dan menunjukkan solidaritas terhadap gerakan BLM. Unggahan berupa video, kutipan moral, serta keterlibatan dengan influencer menjadikan komunikasi politiknya terasa personal, aktual, dan menyentuh. Hal ini berdampak pada meningkatnya persepsi positif publik terhadap Biden.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Kampanye Digital, Influencer.

PENDAHULUAN

Komunikasi politik mengalami perkembangan pesat di era digital, terutama dengan kehadiran media sosial sebagai platform utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Jika sebelumnya komunikasi politik lebih banyak dilakukan melalui media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar, kini media sosial telah menjadi sarana strategis bagi politisi untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Fenomena ini mengubah cara kampanye politik dijalankan, di mana politisi tidak hanya bergantung pada jurnalis sebagai perantara informasi, tetapi juga menggunakan influencer, blog politik, dan forum diskusi untuk membangun citra serta menarik perhatian pemilih.

Perkembangan komunikasi yang lebih modern menyebabkan manusia bergantung pada media digital untuk menyampaikan segala jenis informasi. Media sosial misalnya. Media sosial saat ini lebih sering digunakan untuk komunikasi sehari-hari, yang bahkan telah juga digunakan untuk komunikasi politik dalam menyampaikan aspirasi terhadap masyarakat.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Media sosial kini menjadi platform utama bagi politisi untuk menyampaikan pesan, membentuk citra, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Fenomena ini terlihat jelas dalam kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2020, di mana Joe Biden dan Kamala Harris memanfaatkan media sosial sebagai strategi utama dalam kampanye mereka.

Salah satu momen krusial dalam kampanye tersebut adalah respons Biden terhadap kasus kematian George Floyd yang memicu gerakan Black Lives Matter (BLM). Melalui media sosial, Biden menyampaikan empati dan dukungannya terhadap gerakan tersebut, yang dianggap berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap isu keadilan sosial dan rasial. Strategi ini dinilai efektif dalam menarik simpati pemilih, khususnya dari komunitas kulit hitam dan kelompok minoritas lainnya.

Selain itu, kampanye Biden juga menggandeng influencer dan agensi pemasaran digital seperti Village Marketing untuk menjangkau pemilih muda melalui platform seperti Instagram. Melalui kolaborasi ini, Biden terlibat dalam sesi tanya jawab langsung dengan influencer, membahas isu-isu penting seperti ketidaksetaraan rasial dan pentingnya partisipasi dalam pemilu. Pendekatan ini dianggap berhasil dalam membangun keterlibatan politik di kalangan pemilih muda. *Business Insider*. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi politik Joe Biden melalui media sosial, khususnya dalam merespons isu sosial seperti kasus George Floyd dan gerakan BLM, membentuk opini publik dan meningkatkan keterlibatan masyarakat selama kampanye presiden 2020.

METODE PENELITIAN

a) Paradigma

Dalam metodologi penelitian, paradigma adalah kerangka berpikir atau sistem kepercayaan yang membantu penelitimemahami realitas,mendapatkan pengetahuan, dan memilih pendekatan penelitian. Paradigma ini membantu peneliti dalam menentukan metode terbaik untuk mempelajari dan menginterpretasikan fenomena². Thomas Kuhn adalah orang pertama yang mendefinisikan konsep ini pada tahun 1962, mendefinisikan paradigma sebagai set prinsip dan praktik yang digunakan komunitas ilmiah untuk memahami dan menangani masalah tertentu³.

Keberadaan paradigma sangat krusial karena ia membimbing peneliti dalam membuat keputusan-keputusan ilmiah secara konsisten, mulai dari perumusan masalah hingga penarikan kesimpulan. Setiap paradigma membawa implikasi tertentu terhadap pilihan pendekatan kualitatif atau kuantitatif, penggunaan teori, serta cara memandang hubungan antara peneliti dan objek yang diteliti. Dalam praktiknya, paradigma juga mempengaruhi cara peneliti merumuskan pertanyaan penelitian, menentukan validitas temuan, dan melihat keterbatasan studi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap paradigma bukan hanya penting bagi akademisi, tetapi juga menjadi syarat

utama bagi penelitian yang kokoh secara metodologis dan relevan secara filosofis.

Penelitian ini menggunakan kerangka paradigma interpretatif, dengan menganggap realitas sosial dianggap sebagai sesuatu yang dibentuk melalui lingkaran sosial dan konstruksi makna suatu individu. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk mendekati subjek penelitian secara langsung, terbuka, dan fleksibel dengan tujuan pemahaman yang mendalam terhadap persepsi publik terhadap komunikasi politik di era digital.

b) Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik Joe Biden melalui media sosial, khususnya dalam merespons isu sosial seperti kasus George Floyd dan gerakan Black Lives Matter pada Pemilu Presiden Amerika Serikat 2020. Fokus penelitian terletak pada persepsi publik yang terbentuk melalui paparan kampanye digital, termasuk penggunaan influencer, konten empatik, serta pesan-pesan yang disampaikan secara langsung oleh Biden melalui berbagai platform media sosial.

Selain pendekatan kualitatif, penelitian ini juga mengacu pada paradigma interpretatif, yang memandang realitas sosial sebagai konstruksi subjektif yang dibentuk melalui interaksi sosial dan makna yang dibangun individu. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana publik memaknai komunikasi politik Biden dalam konteks sosial yang kompleks dan dinamis di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Kampanye Digital Joe Biden dalam Membentuk Opini Publik Terkait Isu George Floyd dan Gerakan Black Lives Matter

Pembahasan ini akan menganalisis bagaimana Joe Biden sebagai aktor politik memanfaatkan media sosial dalam membentuk agenda publik seputar isu George Floyd dan BLM. Berdasarkan hasil penelitian yang kami lakukan, terlihat bahwa kampanye politik Joe Biden pada pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 2020 menjadi contoh nyata dari bagaimana media sosial dimanfaatkan secara strategis dalam membentuk citra politik dan opini publik. Melalui platform seperti Instagram, X (Twitter), dan Facebook, Biden secara aktif menyampaikan narasi empati, khususnya terkait kasus George Floyd dan gerakan Black Lives Matter yang menjadi perhatian besar publik saat itu. Biden menggunakan media sosial untuk menunjukkan kepeduliannya terhadap isu rasial dan keadilan sosial, sehingga membangun persepsi publik bahwa dirinya adalah sosok pemimpin yang responsif dan humanis.

Dalam diskusi kelompok, kami sepakat bahwa pendekatan ini dapat dianalisis melalui Teori Agenda Setting yang menjelaskan bahwa media memiliki peran besar dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks ini, Biden menggunakan media sosial untuk menyoroti isu rasial secara konsisten dan emosional, sehingga isu tersebut menempati posisi utama dalam kesadaran publik. Dengan kata lain, Biden berhasil mengatur agenda publik melalui media sosial, bukan hanya sebagai respons terhadap situasi sosial, tetapi juga sebagai strategi membentuk citra politik. Selain melalui strateginya dalam agenda setting, Biden juga melakukan pendekatan praktik framing, di mana isu terhadap George Floyd dan BLM dibingkai sebagai simbol dari ketidakadilan sistematis dan perlunya reformasi struktural. Biden tidak hanya menyampaikan fakta pada kampanyenya, tetapi ia juga mengemasnya dalam narasi empatik yang menekankan nilai moral, keadilan sosial masyarakat, dan solidaritas. Framing ini menjadi penguat citranya terhadap persepsi publik sebagai pemimpin politik yang humanis dan berpihak pada isu minoritas.

Selain itu, kami juga mengaitkan fenomena ini dengan Teori Media Baru. Teori ini menekankan bahwa media digital saat ini tidak lagi bersifat satu arah seperti media massa konvensional, melainkan bersifat interaktif, partisipatif, dan multimodal. Dalam kampanye Biden, media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan pesan politik secara satu arah, tetapi juga

membangun hubungan personal dengan pemilih melalui visual, narasi emosional, dan interaksi langsung. Strategi ini mencerminkan pergeseran besar dalam komunikasi politik yang kini lebih bersifat personal dan real-time.

Keberhasilan strategi penetapan agenda ditentukan oleh respons publik terhadap unggahan Biden di media sosial. Komentar yang mendukung Biden, seperti “Anda adalah pemimpin yang kami butuhkan” atau “Terima kasih telah tetap bersama kami” menunjukkan bahwa masyarakat menerima pesan moral dan menganggap Biden sebagai pemimpin yang dapat dipercaya. Meskipun beberapa komentar bersifat kritis, sebagian besar respons di kolom komentar, retweet, dan likes memiliki pengaruh simbolik dan emosional yang signifikan terhadap opini publik²⁰.

Dari hasil wawancara dengan narasumber kami, Dirga Maulana—seorang dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta—kami mendapatkan pemahaman lebih dalam bahwa media sosial kini menjadi alat utama dalam membentuk opini publik dan menentukan keberhasilan kampanye. Menurut beliau, kolaborasi dengan influencer, selebriti, hingga kreator konten merupakan bagian dari strategi branding politik yang sangat efektif, terutama untuk menjangkau segmen pemilih muda. Ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, melainkan juga wadah untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Dalam kelompok, kami juga mencermati bahwa kekuatan media sosial terletak pada kemampuannya menciptakan persepsi secara cepat dan luas. Kampanye Biden menunjukkan bagaimana isu-isu aktual bisa dimanfaatkan untuk membentuk narasi politik yang kuat. Pendekatan ini tidak hanya membangun citra, tetapi juga menciptakan rasa keterhubungan antara kandidat dan masyarakat. Kami melihat bahwa media sosial mampu menciptakan kesan kehadiran seorang pemimpin dalam peristiwa nyata, meskipun secara fisik tidak berada di lokasi.

Secara keseluruhan, kami menyimpulkan bahwa kampanye Biden mencerminkan penggunaan media sosial sebagai sarana utama dalam membentuk agenda publik (Agenda Setting) sekaligus sebagai alat komunikasi fleksibel dalam ekosistem media baru. Media sosial tidak hanya menjadi medium penyebaran informasi, tetapi juga ruang untuk mengatur narasi politik, membangun kedekatan emosional, dan menciptakan pencitraan yang kuat serta terarah. Sebagai kelompok peneliti, kami memandang bahwa keberhasilan kampanye politik di era digital sangat bergantung pada pemanfaatan media sosial yang strategis, terencana, dan kontekstual dan memungkinkan Biden berinteraksi langsung dengan publik seperti melalui komentar, balasan tweet, atau video berdurasi pendek yang menyoroti empati audiens. Media digital membuka ruang komunikasi yang lebih personal dan partisipatif, menjadikannya fondasi penting dalam menciptakan kedekatan simbolik antara kandidat dan publik. Oleh karena itu, kampanye Biden bukan hanya sekadar penggunaan teknologi, tetapi menjadi cermin dari transformasi besar dalam praktik komunikasi politik modern.

Strategi kampanye digital Biden tidak hanya berorientasi satu arah; itu menunjukkan cara-cara yang berbeda dalam hubungan antara masyarakat umum dan pemimpin politik. Publik menanggapi pesan Biden secara real-time melalui kolom komentar, retweet, dan sesi langsung dengan influencer. Selain itu, Biden menunjukkan kepekaan terhadap tanggapan publik dengan terus menekankan narasi empati dalam unggahan berikutnya. Pola ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi tempat diskursif di mana publik dan tokoh-tokoh politik berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan makna dari masalah sosial.

2. Pendekatan Komunikasi Politik Joe Biden dalam Merespons Isu Sosial melalui Teori Agenda Setting dan Framing

Untuk memahami strategi ini secara teoritis, pembahasan berikut akan menggunakan kerangka Agenda Setting dan Framing dalam menjelaskan keterkaitan antara komunikasi elite politik dan opini publik. Dalam lanjutan diskusi kelompok kami, terlihat bahwa keberhasilan komunikasi digital Joe Biden tidak berdiri sendiri, melainkan lahir dari perpaduan beberapa faktor utama yang saling terintegrasi: adaptasi teknologi, pendekatan emosional, keterlibatan figur publik, dan kecepatan

merespons isu aktual.

Keempat unsur ini berperan penting dalam menciptakan komunikasi politik yang tidak hanya informatif, tetapi juga bersifat simbolik dan emosional. Media sosial menjadi ruang vital dalam menghubungkan kandidat secara langsung dengan publik, tanpa sekat birokrasi maupun bias media arus utama.

Pertama, kemampuan tim kampanye Biden dalam mengadopsi berbagai platform digital menjadi salah satu keunggulan utama. Mereka tidak hanya mengandalkan satu kanal seperti Twitter (sekarang X), tetapi juga mengoptimalkan Instagram, Facebook, serta kolaborasi dengan influencer muda yang memiliki daya jangkauan besar. Di sini kami melihat bagaimana strategi komunikasi digital Biden sangat fleksibel dan menyesuaikan dengan karakteristik pengguna masing-masing platform. Seperti yang disampaikan oleh narasumber kami, Dirga Maulana, gaya komunikasi Biden terasa lebih “gampang diterima dan nyata.” Konten-konten yang disampaikan pun dibuat sederhana, emosional, dan relatable, sehingga mendekatkan Biden pada pemilih muda.

Kedua, keterlibatan figur publik seperti Taylor Swift dan Chris Evans dalam memberikan dukungan terbuka kepada Biden menciptakan efek priming, di mana persepsi publik terbentuk melalui pengaruh simbolik dari tokoh yang dianggap kredibel. Hal ini memperkuat pendapat dalam teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa dukungan tokoh publik dapat meningkatkan legitimasi pesan politik yang disampaikan. Selain legitimasi simbolik melalui dukungan publik, tetapi keberhasilan Biden juga didukung oleh kemampuan tim kampanyenya untuk menyampaikan masalah secara strategis dan emosional. Narasi yang disampaikan tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga membantu masyarakat memahami masalah sebagai bentuk ketidakadilan struktural. Metode framing ini membuat masalah lebih mudah dipahami, dan memperkuat gagasan bahwa Biden mendukung prinsip keadilan sosial dan empati. Dalam diskusi kami, Dirga menggarisbawahi bahwa persepsi masyarakat sering kali terbentuk dari simbol-simbol sosial yang disampaikan oleh figur terkenal, bukan semata karena substansi isu yang diangkat. Dukungan figur publik menjadi validasi sosial bahwa Biden adalah sosok yang pantas dipercaya.

Ketiga, kecepatan dalam merespons isu aktual menjadi kunci penting yang membuat komunikasi Biden terasa hidup dan relevan. Kami menemukan bahwa strategi real-time engagement ini membuat Biden seolah selalu hadir dalam percakapan digital yang tengah berlangsung, terutama saat krisis seperti kasus George Floyd. Dirga menyebut pendekatan ini sebagai “reading the wave”, yaitu kemampuan membaca arus sosial dan merespons dengan cepat serta tepat. Ini memberi kesan bahwa Biden adalah pemimpin yang mendengar, tidak kaku, dan tetap terhubung dengan suara publik secara langsung.

Dari sini, kami menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital Biden mencerminkan pergeseran paradigma dalam komunikasi politik kontemporer. Tidak lagi hanya soal menyampaikan pesan secara top-down, tetapi tentang bagaimana pesan itu dikemas secara emosional, disebarkan secara strategis, dan disampaikan dalam waktu yang tepat. Politik hari ini, sebagaimana kami diskusikan, tidak lagi hanya bergantung pada ideologi dan partai, melainkan juga pada persepsi publik yang dibentuk melalui interaksi digital yang bersifat simbolik dan afektif.

Pembentukan persepsi publik yang positif, terutama dari kelompok muda dan minoritas, merupakan konsekuensi politik yang jelas dari strategi kampanye digital Biden. Persepsi ini meningkatkan kepercayaan dan dukungan elektoral untuk Biden. Memilih Biden secara simbolik berarti memilih keadilan, berkat interaksi langsung di media sosial dan dukungan publik. Ini meningkatkan gambarnya sebagai seorang pemimpin yang relevan, responsif, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan.

Dalam konteks teori agenda setting, tindakan Joe Biden yang secara aktif mengangkat isu George Floyd dan Black Lives Matter melalui akun media sosial resminya mencerminkan proses agenda building, yaitu proses pembangunan agenda oleh elit politik. Biden tidak hanya mengikuti

arus opini publik, tetapi juga berperan sebagai aktor yang membentuknya, dengan secara konsisten menyuarakan empati dan keadilan sosial. Narasi-narasi empatik tersebut menjadi pusat perhatian publik dan memperkuat persepsi bahwa isu rasisme dan ketidakadilan adalah hal yang mendesak untuk ditangani.

Selain itu, media sosial turut memperkuat isu yang diangkat oleh Biden. Lewat retweet, likes, komentar, dan liputan media daring, pesan-pesan Biden menyebar secara masif dan membentuk persepsi publik bahwa isu tersebut adalah sesuatu yang penting dan mendesak. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai kanal penyampaian informasi, melainkan sebagai instrumen utama dalam mengarahkan perhatian publik.

Opini publik pun terbentuk sebagai respons dari intensitas penyampaian isu yang dilakukan Biden, baik secara langsung melalui tweet, video, dan unggahan pribadi; maupun secara tidak langsung, melalui reaksi masyarakat dan media yang turut memperbesar jangkauan pesan tersebut. Hal ini memperkuat peran media sosial sebagai arena interaktif antara elite politik dan publik dalam menciptakan makna terhadap isu-isu sosial.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat posisi teori Agenda Setting, bahwa media sosial menjadi alat pengatur narasi publik dan menggiring isu-isu strategis. Di sisi lain, teori Media Baru menjelaskan bahwa komunikasi politik kini berlangsung dalam ekosistem yang bersifat partisipatif, interaktif, dan multimodal. Melalui media sosial, Biden berhasil menciptakan hubungan yang lebih personal dengan masyarakat, memperkuat citra, dan membangun keterlibatan emosional yang sulit dicapai melalui media konvensional.

Sebagai kelompok peneliti, kami melihat bahwa keberhasilan komunikasi politik Biden menjadi contoh nyata dari keberhasilan adaptasi terhadap lanskap demokrasi digital. Kampanye tidak hanya menjadi ajang pertarungan ide, tetapi juga ruang penciptaan persepsi, kedekatan emosional, dan simbolisme yang relevan secara sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye digital Joe Biden melalui media sosial berhasil membentuk opini publik secara efektif. Biden secara aktif menggunakan platform seperti Twitter, Instagram, dan Facebook untuk menyampaikan pesan-pesan empatik, menyoroti isu keadilan sosial, dan menunjukkan solidaritas terhadap gerakan BLM. Unggahan berupa video emosional, kutipan moral, serta keterlibatan dengan influencer dan tokoh publik menjadikan komunikasi politiknya terasa personal, aktual, dan menyentuh. Hal ini berdampak pada meningkatnya persepsi positif publik terhadap Biden, terutama dari kelompok muda dan minoritas.

Dalam kaitannya dengan teori agenda setting, Biden berperan sebagai aktor yang tidak hanya merespons isu, tetapi juga membangun agenda publik (agenda building) dengan menempatkan isu George Floyd dan BLM sebagai prioritas utama dalam narasi kampanyenya. Melalui media sosial, isu tersebut diperkuat hingga menjadi perhatian utama masyarakat. Sedangkan melalui teori framing, Biden membingkai isu rasisme bukan sekadar sebagai kasus kriminal, tetapi sebagai simbol dari ketidakadilan sistemik. Dengan pendekatan moral dan empatik, Biden membentuk cara publik memahami masalah dan membangun citra dirinya sebagai pemimpin yang berpihak pada keadilan.

Dengan demikian, komunikasi politik Biden melalui media sosial bukan hanya berhasil membentuk opini publik, tetapi juga menunjukkan bagaimana strategi digital dapat digunakan untuk mengatur narasi publik dan memperkuat citra politik secara real-time dan emosional. Temuan ini memperkuat relevansi teori agenda setting dan framing dalam konteks kampanye politik di era media baru.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam era demokrasi digital, keberhasilan komunikasi politik tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kecerdasan membaca situasi, mengikuti tren media, dan memposisikan diri dengan tepat di tengah gelombang opini publik. Kasus Biden menunjukkan bahwa politik masa kini lebih bersifat partisipatif dan emosional, di mana keberhasilan seorang kandidat banyak ditentukan oleh

kemampuannya untuk menyatu dengan ritme percakapan sosial yang sedang berlangsung.

b) Saran

1. Bagi Akademisi:

Penelitian ini membuka ruang untuk kajian lebih lanjut mengenai dinamika komunikasi politik dalam era media sosial, khususnya tentang strategi mengikuti arus opini publik dibandingkan membangun agenda sendiri. Akademisi dapat memperdalam analisis tentang bagaimana keterlibatan emosional, dukungan influencer, dan tren media mempengaruhi persepsi politik masyarakat secara lebih sistematis. Penelitian lanjutan disarankan untuk melakukan survei dan analisis sentimen dengan pendekatan kuantitatif di media sosial secara lebih sistematis guna melihat respons publik terhadap komunikasi politik yang dilakukan oleh Joe Biden dalam konteks krisis sosial. Selain itu, penting untuk mengeksplorasi batas antara keaktifan kandidat dalam membaca isu dengan sekadar adaptif terhadap tren, untuk memahami bagaimana legitimasi politik terbentuk dalam ekosistem digital yang cepat berubah. Studi komparatif antar negara atau kandidat lain juga dapat memperkaya pemahaman tentang strategi komunikasi di berbagai konteks sosial budaya.

2. Bagi Praktisi:

Bagi tim kampanye politik dan komunikator publik, temuan ini menegaskan pentingnya kepekaan terhadap tren media dan kemampuan membaca arus opini publik. Praktisi harus membangun strategi komunikasi yang fleksibel, cepat menyesuaikan narasi dengan isu yang sedang ramai diperbincangkan, serta memperkuat kehadiran emosional melalui kolaborasi dengan figur publik yang kredibel. Namun, perlu diingat bahwa sekadar mengikuti tren tanpa membangun konsistensi nilai dan pesan jangka panjang dapat berisiko melemahkan citra otentik seorang kandidat. Oleh karena itu, praktisi perlu mengembangkan keseimbangan antara adaptasi terhadap dinamika media dengan penyampaian pesan politik yang memiliki identitas kuat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta, LKiS, 2011. Gunawan, Imam. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta, Bumi Aksara, 2013.
- Ipansyah, Drs. Nor. *Media Sosial Ditinjau dari Beberapa Aspek Keilmuan*. Yogyakarta, Zahir Publishing, 2020.
- Schill, Dan. *Social Media Politics: Digital Discord in the 2020 Presidential Election*. New York, Taylor & Francis, 2020.

Jurnal

- Akbar, Muzahid. "Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, vol. 2, no. 1, 2021, pp. 105-107.
- Bonilla, Yochai. "#Ferguson: Digital Protest, Hashtag Ethnography, and the Racial Politics of Social Media in the United States." *American Ethnologist*, vol. 42, no. 1, 2015, pp. 6-7.
- Combs, Maxwell. *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. vol. 1, *The Agenda Setting Journal*, 2017.
- Effendi, Erwan. "Teori Agenda Setting." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 1, 2023, pp. 1715-1717.
- Fitri, Made. "Politik Identitas dan Gerakan Black Lives Matter dalam Kampanye Politik Joe Biden – Kamala Harris pada Pemilu Amerika Serikat Tahun 2020." *Global Insight*, vol. 1, no. 1, 2021, pp. 2-13.
- Khatri, Krishna. "Research Paradigm: A Philosophy of Educational Research." *International Journal of English Literature and Social Sciences*, vol. 5, no. 1, 2020, p. 1435.
- Neumann, Elisabeth. "The Spiral of Silence." *Wiley Online Library*, vol. 24, no. 2, 1974, p. 43.
- Ritonga, Elfi. "Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi." *Jurnal Simbolika*, vol. 4, no. 1, 2018, p. 36.

Website

- McQuail's, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications, 2010. Accessed 20 April 2025.
- Pattison, George. *On the Public*. Open Access eBook, 2020.
- Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. UK, Oxford University Press, 2017. Accessed 20 April 2025.

Esser, Frank. "Comparing Political Communication: Theory, Cases, and Challenges." SAGE Publications, 2004,

https://library.institutpendidikan.ac.id/wp-content/uploads/2024/08/Comparing-Political-Communication-Theories-Cases-and-Challenges-Communication-Society-and-Politics-PDFDrive.pdf?utm_source=textcortex&utm_medium=zenochat#page=135. Accessed 20 April 2025.

Zurcher, Anthony "Joe Biden dan lima alasan di balik kemenangannya dalam pemilu Amerika Serikat." BBC, 8 November 2020, <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-54860980>. Accessed 19 May 2025.