



MEDIA SOSIAL DAN NEGOSIASI BREXIT: PERTARUNGAN WACANA DI RUANG DIGITAL

Basyar Arif Maulana, Muhammad Hilmi Shofwan, Fariza Favian Sirait,

Ilham Bakir Sa'id Mubarak, Pia Khoirotun Nisa

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstrak

Artikel ini membahas tentang bagaimana media sosial, khususnya Twitter dan Facebook, berperan dalam membentuk dan mengarahkan opini publik terkait proses negosiasi Brexit. Melalui pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis, peneliti mengeksplorasi dinamika komunikasi politik digital, strategi wacana, serta pengaruh influencer dan publik dalam membentuk narasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang kontestasi wacana yang memengaruhi realitas politik internasional.

Kata Kunci: Media Sosial, Negosiasi Brexit dan Komunikasi Politik.

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan hal yang sudah tidak asing lagi didengar dan diperbincangkan. Globalisasi dapat diartikan sebagai sebuah proses dimana makin kaburnya batas antar negara dan bertambahnya interdependensi berbagai

hal, isu, organisasi, kelompok dan individu di berbagai belahan dunia satu dengan yang lainnya². Globalisasi membawa dampak bagi berbagai aspek kehidupan salah satunya komunikasi³. Sekarang ini kejadian di satu tempat bisa dengan cepat diketahui di sisi lain bumi,

*Correspondence Address : basyararifmaulana@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i8.2025. 3576-3580

© 2025UM-Tapsel Press

² Wardhana. A. (2024). *Sistem Ekonomi Internasional*. Jakarta: Media Sains Indonesia.

³ Nurpratiwingsih, dan Maknun .J. (2020). Jurnal Ilmiah Konstekrual. Pengaruh Globalisasi Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Bagi Masyarakat. 1(2). 43-48.
https://www.researchgate.net/publication/367778150_Pengaruh_Globalisasi_Terhadap_Penggunaan_Bahasa_Indonesia_Bagi_Masyarakat.

hal ini terutama terjadi karena ada perkembangan teknologi komunikasi elektronik.

Perkembangan teknologi komunikasi untuk mendukung globalisasi juga dibarengi dengan perkembangan media sosial. Media sosial dapat diartikan sebagai media komunikasi massa yang berbasis internet, di sini termasuk media massa yang biasanya konvensional seperti koran dan majalah yang beralih ke fitur digital melalui website atau aplikasi online dan juga sosial media yang dapat digunakan oleh siapa saja⁴. Media sosial menjadi salah satu pendukung berlangsungnya globalisasi, dengan adanya media sosial suatu hal atau isu di satu tempat bisa dengan cepat tersiar ke tempat lain dan bahkan dapat membawa dampak di sana⁵. Hal ini menunjukkan batas wilayah dan negara sudah tidak menjadi penghalang dan semakin terkoneksinya orang-orang di berbagai belahan dunia. Media sosial telah menjadi basis utama dalam komunikasi internasional di era ini.

Dalam beberapa dekade terakhir, media sosial telah merevolusi lanskap komunikasi politik global. Platform seperti Twitter dan Facebook kini menjadi ruang utama dalam menyampaikan opini, membentuk narasi

publik, dan memobilisasi dukungan politik⁶. Fenomena ini menjadi sangat signifikan dalam konteks negosiasi Brexit (British Exit), yaitu proses keluarnya Britania Raya dari Uni Eropa, yang tidak hanya berlangsung dalam ruang diplomatik formal, tetapi juga dalam arena digital.

Twitter dan Facebook digunakan oleh politisi, jurnalis, aktivis, dan masyarakat umum untuk menyampaikan pandangan mereka tentang Brexit, baik mendukung maupun menentang. Wacana yang berkembang di platform media sosial tidak hanya mencerminkan pendapat publik, tetapi juga berpotensi mempengaruhi arah negosiasi itu sendiri. Sebagai contoh, tagar seperti #BrexitMeansBrexit atau #PeoplesVote menjadi alat mobilisasi politik sekaligus menyusun opini massa.

Media sosial memungkinkan terjadinya pertarungan narasi (discourse contestation) secara real-time dan terbuka⁷. Wacana elite politik yang biasanya berlangsung di parlemen atau media arus utama kini dilawan, didukung, atau diubah oleh wacana masyarakat akar rumput melalui cuitan, unggahan, dan komentar. Oleh karena itu, memahami bagaimana media sosial berperan dalam negosiasi Brexit menjadi

⁴ Arianto. B. (2023). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL KEWARGAAN: STUDI ETNOGRAFI DIGITAL*. Jurnal Komunikasi dan Media. 2(2).
<https://ojs.unsiq.ac.id/id/index.php/arkana>.

⁵ Nurriqkah. A.F. (2020). *PERAN MEDIA SOSIAL DI ERA GLOBALISASI PADA REMAJA DI SURAKARTA (SUATU KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIS TERHADAP REMAJA DALAM PERSPEKTIF PERUBAHAN SOSIAL)*. Jurnal Analisa Teknologi. 5(1).
<https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/18198>.

⁶ Adiwibowo. B. S. (2020). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik dan Pola Partisipasi Politik Generasi Milenial. Jurnal

Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. 4(11).
https://www.researchgate.net/publication/390182933_Peran_Media_Sosial_dalam_Pembentukan_Opin_Publik_dan_Pola_Partisipasi_Politik_Generasi_Milenial. Diakses pada 25 April 2025 pukul 11.10 WIB.

⁷ Sulaiman . A. (2024). Media Digital dan Gerakan Sosial: Analisis Logika Aksi Konektif. 5(2).
https://www.researchgate.net/publication/381100982_Media_Digital_dan_Gerakan_Sosial_Analisis_Logika_Aksi_Konektif. Diakses pada 25 April 2025 pukul 11.00 WIB.

penting untuk mengkaji transformasi komunikasi politik di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan paradigma konstruktivis, memandang wacana politik sebagai konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi digital. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan Ketua HMPS KPI dan dosen komunikasi politik, observasi digital (netnografi) terhadap tagar terkait Brexit, dan studi dokumentasi konten media dan jurnal ilmiah. Analisis data dilakukan dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough yang meliputi deskripsi teks, interpretasi praktik wacana, dan penjelasan praktik sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran media sosial sebagai medium komunikasi politik dalam konteks negosiasi Brexit.

Hasil wawancara dengan Ketua HMPS KPI tahun 2024–2025 mengungkapkan pandangan yang kuat mengenai efektivitas media sosial sebagai alat komunikasi politik yang mampu menyaingi aksi fisik di lapangan. Beliau menyatakan bahwa kekuatan media sosial dapat menyebarkan gerakan politik secara luas dan lintas kelas sosial, sebagaimana yang terjadi dalam kasus gerakan “Mosi Tidak Percaya” pada RUU KUHP tahun 2019. Meskipun konteksnya berbeda, temuan ini menggarisbawahi prinsip universal bahwa media sosial mampu menjadi medium artikulasi politik yang signifikan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pengambilan keputusan di tingkat negara.

Dalam konteks Brexit, peran ini tercermin melalui penggunaan platform seperti Twitter dan Facebook oleh berbagai aktor politik dan masyarakat sipil. Hashtag seperti #Brexit, #LeaveEU, dan #StrongerIn menjadi alat mobilisasi

opini dan kampanye daring. Media sosial tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang diskusi, persuasi, dan tekanan politik yang memungkinkan masyarakat menyuarkan dukungan atau penolakan terhadap isu yang sedang dinegosiasikan.

Sementara itu, dosen dan pakar komunikasi politik, Bapak Ibnu Qoyyim, memberikan penekanan pada sisi kualitatif dari pengaruh media sosial. Beliau menegaskan bahwa media sosial menjadi penekan yang signifikan terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam negosiasi politik, terutama karena dimanfaatkan oleh kelompok muda yang terdidik dan kritis. Dalam konteks Brexit, kelompok ini kerap menjadi sumber suara rasional dan argumentatif yang mempertanyakan dampak ekonomi, politik, serta implikasi internasional dari keputusan untuk keluar dari Uni Eropa. Ini memperkuat posisi media sosial sebagai ruang publik digital tempat terjadi negosiasi makna, pengaruh, dan legitimasi kebijakan politik.

Dua perspektif ini memperkuat temuan bahwa media sosial berperan besar dalam proses negosiasi Brexit, bukan hanya sebagai sarana komunikasi satu arah, melainkan juga sebagai arena interaktif di mana opini publik dibentuk, ditegaskan, dan digunakan sebagai alat tekanan terhadap elite politik. Maka, peran media sosial dalam konteks Brexit dapat dilihat sebagai instrumen strategis dalam membangun narasi, mempengaruhi opini massa, serta menciptakan iklim politik yang dinamis selama proses negosiasi berlangsung.

2. Strategi wacana yang digunakan oleh berbagai aktivis di Twitter dan Facebook dalam membingkai isu Brexit.

Strategi wacana yang digunakan oleh para aktivis di media sosial, khususnya di Twitter dan Facebook, dalam membingkai isu Brexit sangat dipengaruhi oleh karakteristik media

sosial sebagai ruang diskursif yang demokratis sekaligus hierarkis. Berdasarkan wawancara dengan Ketua HMPS KPI tahun 2024–2025, media sosial digambarkan sebagai “paradoks”: di satu sisi memberikan ruang kebebasan berpendapat, tetapi di sisi lain menciptakan ketimpangan dalam penyebaran suara akibat dominasi figur-figur populer atau influencer. Dalam konteks isu Brexit, kondisi ini menjelaskan bagaimana aktivis yang memiliki basis pengikut besar mampu membentuk dan menyebarkan narasi tertentu secara efektif, seperti kampanye #LeaveEU atau #Remain, sementara suara aktivis independen atau masyarakat umum cenderung sulit menembus arus utama diskursus digital.

Fenomena ini menunjukkan bahwa framing isu dalam media sosial tidak hanya soal isi pesan, tetapi juga berkaitan erat dengan siapa yang menyuarakan dan bagaimana mereka menyampaikannya. Aktivis proLeave, misalnya, sering menggunakan strategi nasionalistik dan populis untuk menarik emosi publik, sementara aktivis pro-Remain lebih banyak mengedepankan pendekatan berbasis data ekonomi dan implikasi internasional. Namun demikian, pesan-pesan yang bersifat viral tidak selalu mengandung kualitas substansial, dan ini sering kali mengaburkan narasi politik yang lebih penting. Sebagaimana dinyatakan oleh narasumber, masyarakat cenderung tertarik pada konten yang ringan dan menghibur, ketimbang isu berat seperti geopolitik atau ekonomi makro, sehingga para aktivis harus mengemas pesan mereka agar tetap relevan di tengah arus informasi yang cepat dan kompetitif.

Sementara itu, menurut pandangan Bapak Ibnu Qoyyim, strategi wacana dalam media sosial terkait isu seperti Brexit seharusnya dipahami sebagai bagian dari dinamika sosial yang wajar. Perbedaan pandangan antara

kelompok pro-Leave dan pro-Remain mencerminkan pluralitas cara berpikir dan proses pencarian kebenaran dalam masyarakat modern. Wacana yang berkembang di media sosial merefleksikan keragaman nilai budaya dan interpretasi sosial yang berakar dari identitas masing-masing kelompok. Dalam proses ini, perbedaan tidak harus selalu dilihat sebagai pertentangan destruktif, melainkan sebagai bagian dari dinamika kreatif yang menghasilkan diskursus publik yang kaya dan kompleks.

Dengan demikian, strategi wacana para aktivis di media sosial dalam membingkai isu Brexit tidak hanya terbatas pada konten dan tujuan politik, tetapi juga mencerminkan struktur sosial media digital itu sendiri. Aktor-aktor politik dan aktivis harus mampu beradaptasi dengan logika platform—termasuk algoritma, popularitas, dan viralitas—sekaligus mempertahankan substansi argumentatif yang dapat memengaruhi opini publik. Strategi ini menegaskan bahwa media sosial berperan sebagai medan perjuangan simbolik, di mana ide dan narasi diperebutkan untuk merebut perhatian dan legitimasi masyarakat luas.

SIMPULAN

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik internasional. Dalam kasus Brexit, platform seperti Twitter dan Facebook telah menjadi alat utama untuk membingkai isu, menyebarkan narasi, dan menekan aktor politik. Negosiasi politik tidak lagi hanya menjadi hak kaum elit, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika digital masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwibowo. B. S. (2020). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik dan Pola

Partisipasi Politik Generasi Milenial. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. 4(11).

<https://www.researchgate.net/publication/390182933> Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik dan Pola Partisipasi Politik Generasi Milenial. Diakses pada 25 April 2025 pukul 11.10 WIB.

Arianto. B. (2023). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL KEWARGAAN: STUDI ETNOGRAFI DIGITAL*. Jurnal Komunikasi dan Media. 2(2).
<https://ojs.unsiq.ac.id/id/index.php/arkana>.

<https://www.researchgate.net/publication/381100982> Media Digital dan Gerakan Sosial Analisis Logika Aksi Konektif. Diakses pada 25 April 2025 pukul 11.00 WIB.

Nurpratiwingsih, dan Maknun .J. (2020). Jurnal Ilmiah Konstekrual. Pengaruh Globalisasi Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Bagi Masyarakat. 1(2). 43-48.
<https://www.researchgate.net/publication/367778150> Pengaruh Globalisasi Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Bagi Masyarakat.

Nurriqah. A.F. (2020). *PERAN MEDIA SOSIAL DI ERA GLOBALISASI PADA REMAJA DI SURABAYA (SUATU KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIS TERHADAP REMAJA DALAM PERSPEKTIF PERUBAHAN SOSIAL)*. Jurnal Analisa Teknologi. 5(1).
<https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/18198>.

Sulaiman . A. (2024). Media Digital dan Gerakan Sosial: Analisis Logika Aksi Konektif. 5(2).

Wardhana. A. (2024). *Sistem Ekonomi Internasional*. Jakarta: Media Sains Indonesia.