PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
2025, Vol. 3, No. 2, pp. 77-85
E-ISSN: 3025-9452

# Relasi Kuasa dan Emosi Politik di Media Sosial: Sintesis Psikologi Sosial dan Kajian Wacana

**Fahri Martahadi[1]✉, Syamsurian Alfalah[2]**
(1,2) Program Studi Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

**Abstrak:** Media sosial telah menjadi arena utama politik kontemporer yang ditandai oleh intensifikasi emosi dan transformasi relasi kuasa. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana emosi politik dimediasi, diproduksi, dan dimobilisasi dalam relasi kuasa di media sosial melalui sintesis psikologi sosial dan kajian wacana. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa emosi tidak sekadar respons individual, tetapi merupakan praktik sosial yang terstruktur dan memiliki fungsi politis. Pendekatan kualitatif interdisipliner digunakan dengan memadukan teori emosi dan kekuasaan dalam psikologi sosial serta analisis wacana kritis. Data penelitian berupa unggahan dan interaksi politik di media sosial yang dianalisis untuk mengidentifikasi pola ekspresi emosi, strategi diskursif, dan dinamika kuasa antar aktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktor politik dengan posisi kuasa tinggi cenderung menggunakan emosi secara terkontrol untuk membangun legitimasi simbolik, sementara pengguna non-elit mengekspresikan emosi secara lebih intens sebagai bentuk artikulasi ketidakpuasan dan resistensi simbolik. Interaksi antara kedua pihak membentuk resonansi afektif yang memperkuat polarisasi dan konflik politik daring. Penelitian ini juga menemukan bahwa platform media sosial berperan aktif dalam mengamplifikasi emosi tertentu melalui logika algoritmik, sehingga membentuk hierarki visibilitas dan intensitas emosi politik. Temuan ini menegaskan bahwa relasi kuasa dalam politik digital bersifat interpersonal, diskursif, dan teknologis sekaligus. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan studi politik digital dengan menawarkan kerangka analitis integratif untuk memahami emosi politik sebagai elemen konstitutif dalam praktik kekuasaan di media sosial.

**Article history:**
Received: 12 March 2025
Revised: 24 April 2025
Accepted: 25 May 2025
Published: 30 May 2025

**Kata Kunci:**
emosi politik, relasi kuasa, media sosial, psikologi sosial, analisis wacana

**Abstract**: *Social media has become a central arena of contemporary politics, marked by intensified emotion and the transformation of power relations. This study aims to analyze how political emotions are mediated, produced, and mobilized within power relations on social media through a synthesis of social psychology and discourse studies. The study departs from the assumption that emotions are not merely individual responses, but structured social practices that perform political functions. An interdisciplinary qualitative approach is employed by integrating theories of emotion and power in social psychology with critical discourse analysis. The data consist of political posts and interactions on social media, which are analyzed to identify patterns of emotional expression, discursive strategies, and power dynamics among actors. The findings show that political actors in positions of high power tend to deploy emotions in a controlled manner to construct symbolic legitimacy, while non-elite users express emotions more intensely as a form of articulating dissatisfaction and symbolic resistance. Interactions between these groups generate affective resonance that reinforces online political polarization and conflict. The study also finds that social media platforms play an active role in amplifying specific emotions through algorithmic logics, thereby shaping hierarchies of visibility and the intensity of political emotions. These findings underscore that power relations in digital politics are simultaneously interpersonal, discursive, and technological. This study contributes to the development of digital politics research by offering an integrative analytical framework for understanding political emotions as constitutive elements of power practices on social media.*

**Keyword:**
*political emotions, power relations, social media, social psychology, discourse analysis*

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

***How to cite***: Martahadi, F., & Alfalah, S. (2025). Relasi Kuasa dan Emosi Politik di Media Sosial: Sintesis Psikologi Sosial dan Kajian Wacana. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 3*(2), 77-85. https://doi.org/10.70716/perseptif.v3i2.439

✉ *Corresponding author: fahri.martahadi23@gmail.com*

*Copyright © 2025, the author(s)*

## PENDAHULUAN

Media sosial telah mengalami transformasi fungsi yang signifikan dalam kehidupan politik kontemporer. Platform digital tidak lagi sekadar menjadi medium penyebaran informasi politik, melainkan berkembang menjadi ruang utama produksi makna, pertarungan simbolik, dan pembentukan afek kolektif. Dalam konteks ini, politik tidak hanya dipraktikkan melalui argumen rasional atau posisi ideologis, tetapi semakin dimediasi oleh emosi yang terartikulasikan secara publik dan berulang dalam wacana daring. Pergeseran ini menandai perubahan mendasar dalam cara kekuasaan dijalankan, dipersepsi, dan dipertahankan di ruang digital (Stark, 2020; Montero, 2024).

Kajian komunikasi politik menunjukkan bahwa logika deliberatif yang selama ini menjadi fondasi normatif demokrasi semakin terdesak oleh logika emosional yang mengutamakan intensitas, keterlibatan, dan resonansi afektif (Bucher, 2020). Emosi tidak hadir sebagai elemen tambahan dalam komunikasi politik, melainkan sebagai mekanisme sentral yang membentuk visibilitas isu, arah perhatian publik, serta pola keterlibatan pengguna. Dalam konteks konflik identitas dan agama, misalnya, emosi berfungsi sebagai perekat yang memperkuat batas kelompok dan memperdalam antagonisme politik di media sosial (Abdel-Fadil, 2019).

Dari perspektif psikologi sosial, emosi tidak dapat dipisahkan dari relasi kuasa. Kekuasaan tidak hanya bersifat struktural atau institusional, tetapi juga dialami secara subjektif dan diekspresikan melalui emosi tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa posisi kuasa memengaruhi jenis emosi yang dirasakan dan ditampilkan oleh individu, sekaligus membentuk cara emosi tersebut ditafsirkan oleh orang lain (Bombari et al., 2017; van Kleef & Lange, 2020). Emosi menjadi sinyal status sosial dan otoritas, sehingga ekspresi afektif memiliki implikasi langsung terhadap relasi dominasi dan subordinasi dalam interaksi sosial, termasuk dalam komunikasi politik daring (Schmid Mast & Palese, 2019; Stamkou et al., 2016).

Dalam ruang media sosial, relasi kuasa menjadi semakin kompleks karena sifatnya yang terdistribusi. Setiap pengguna memiliki potensi untuk memproduksi wacana politik, namun tidak semua suara memiliki daya jangkau, legitimasi, atau dampak yang setara. Struktur algoritmik platform, modal simbolik aktor, serta posisi institusional membentuk hierarki baru yang menentukan wacana mana yang menjadi dominan (Lillqvist et al., 2016; Cornfield, 2022). Dalam kondisi ini, emosi berfungsi sebagai sumber daya strategis yang dapat dimobilisasi untuk memperkuat posisi kuasa, membangun otoritas moral, atau menantang dominasi aktor lain (Koschut, 2018).

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa konten politik yang sarat emosi, terutama emosi bermuatan moral, memiliki tingkat difusi yang lebih tinggi dibandingkan konten netral (Brady et al., 2017). Emosi negatif seperti kemarahan dan kebencian terbukti menyebar lebih cepat dan luas dibandingkan emosi positif, sehingga memperkuat polarisasi dan konflik politik di media sosial (Schöne et al., 2021). Dinamika ini diperparah oleh insentif algoritmik yang cenderung mempromosikan konten dengan potensi keterlibatan tinggi, termasuk pesan politik yang bersifat provokatif dan divisif (Solovev et al., 2025).

Dalam konteks interaksi antara elit politik dan warga, emosi memainkan peran kunci dalam pembentukan polarisasi afektif. Studi menunjukkan bahwa wacana elit yang sarat emosi tidak hanya memicu respons emosional dari publik, tetapi juga membentuk orientasi emosional jangka panjang terhadap kelompok politik tertentu (Garzón-Velandia et al., 2024; Diez-Gracia et al., 2023). Respons

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

warga terhadap wacana elit sering kali mengadopsi pola emosional yang sama, sehingga menciptakan siklus umpan balik afektif yang memperkuat relasi kuasa simbolik.

Fenomena ini tampak jelas dalam penggunaan media sosial selama krisis politik dan sosial. Paparan terhadap serangan politik daring meningkatkan tingkat kemarahan dan sinisme politik di kalangan pengguna, yang pada gilirannya memengaruhi kepercayaan terhadap institusi demokratis (Hasell et al., 2024). Gerakan daring seperti #MeToo juga menunjukkan bagaimana kemarahan kolektif dapat dipersepsikan secara ambivalen, baik sebagai bentuk mobilisasi moral maupun sebagai ancaman terhadap tatanan sosial yang mapan (Foster & Rathlin, 2022).

Kajian wacana menyoroti bahwa emosi tidak hanya diekspresikan secara eksplisit melalui kata-kata afektif, tetapi juga melalui strategi linguistik, metafungsi pragmatis, dan framing diskursif. Wacana metapolitik di media sosial memanfaatkan emosi untuk membangun posisi ideologis dan menegaskan identitas politik tertentu (Fernández Vallejo, 2018). Analisis terhadap gerakan politik digital di berbagai konteks nasional menunjukkan bahwa emosi menjadi elemen sentral dalam artikulasi tuntutan politik dan negosiasi makna kekuasaan (Nartey & Yu, 2023; Barreto-Galeano et al., 2024).

Meskipun literatur tentang emosi politik dan media sosial berkembang pesat, terdapat kesenjangan konseptual yang signifikan. Banyak studi psikologi sosial berfokus pada mekanisme internal emosi dan dampaknya terhadap perilaku individu, sementara kajian wacana cenderung menitikberatkan pada struktur bahasa dan konteks sosial tanpa mengintegrasikan dinamika pengalaman emosional secara mendalam. Padahal, emosi dan kuasa merupakan konsep yang saling terkait dan tidak dapat dipahami secara terpisah (Heaney, 2011; Kuri Pineda, 2023).

Keterbatasan ini menunjukkan perlunya pendekatan sintesis yang menggabungkan psikologi sosial dan kajian wacana untuk memahami emosi politik sebagai praktik diskursif sekaligus pengalaman psikologis. Pendekatan semacam ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap bagaimana emosi diproduksi, disirkulasikan, dan dimaknai dalam relasi kuasa di media sosial (Voronov & Jarvis, 2025). Selain itu, pendekatan interdisipliner dapat menjelaskan peran institusi, platform, dan aktor dalam membentuk lanskap emosional politik digital (Padri, 2025; Orhan, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji relasi kuasa dan emosi politik di media sosial melalui sintesis psikologi sosial dan kajian wacana. Rumusan masalah utama penelitian ini adalah bagaimana emosi politik dimediasi dan dimobilisasi dalam relasi kuasa di media sosial, bagaimana emosi digunakan sebagai strategi diskursif oleh aktor politik dan pengguna, serta bagaimana struktur platform dan interaksi daring membentuk dinamika emosi politik. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi dua tradisi keilmuan yang selama ini berkembang relatif terpisah, sehingga memberikan kontribusi teoretis dan empiris terhadap studi komunikasi politik digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain interdisipliner yang mengintegrasikan psikologi sosial dan kajian wacana kritis. Pendekatan ini dipilih untuk menangkap kompleksitas relasi kuasa dan emosi politik di media sosial, yang tidak dapat direduksi menjadi variabel kuantitatif semata. Penelitian bersifat eksploratif-analitis, dengan fokus pada pemahaman mekanisme dan proses sosial yang membentuk produksi serta sirkulasi emosi politik.

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

Kerangka teoretis penelitian disusun dengan menggabungkan teori emosi dan kekuasaan dalam psikologi sosial serta analisis wacana dalam studi komunikasi politik. Dari perspektif psikologi sosial, penelitian ini merujuk pada teori hierarki dan emosi yang menjelaskan bagaimana posisi kuasa memengaruhi pengalaman dan ekspresi emosional (van Kleef & Lange, 2020). Konsep felt power digunakan untuk memahami bagaimana aktor politik dan pengguna media sosial mengalami dan menampilkan kekuasaan melalui emosi (Bombari et al., 2017). Selain itu, teori emosi sebagai sinyal status sosial digunakan untuk menganalisis bagaimana ekspresi emosi ditafsirkan sebagai indikator otoritas atau legitimasi (Schmid Mast & Palese, 2019).

Dari perspektif kajian wacana, penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis untuk mengidentifikasi strategi linguistik dan diskursif yang digunakan dalam artikulasi emosi politik. Wacana dipahami sebagai praktik sosial yang mereproduksi atau menantang relasi kuasa (Lillqvist et al., 2016). Pendekatan ini memungkinkan analisis terhadap bagaimana emosi dilekatkan pada aktor, isu, dan kelompok tertentu melalui pilihan bahasa, framing, dan interaksi daring (Koschut, 2018; Fernández Vallejo, 2018).

Sumber data penelitian terdiri atas unggahan media sosial yang bersifat publik dari aktor politik serta respons pengguna terhadap unggahan tersebut. Platform yang dianalisis meliputi Twitter atau X, Facebook, dan TikTok, mengingat peran sentral ketiga platform ini dalam komunikasi politik kontemporer. Pemilihan data dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan isu politik yang memicu respons emosional tinggi, seperti konflik kebijakan, krisis politik, atau kampanye elektoral. Pertimbangan algoritmik juga diperhatikan, mengingat peran platform dalam memengaruhi visibilitas dan distribusi konten politik (Wang, 2023; Solovev et al., 2025).

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital terhadap unggahan dan komentar yang relevan dalam rentang waktu tertentu. Data yang dikumpulkan mencakup teks, simbol emosional, serta konteks interaksi daring. Aktor yang dianalisis meliputi elit politik, akun institusional, dan pengguna non-elit, sehingga memungkinkan perbandingan dinamika emosi dan kuasa antar posisi sosial (Barreto-Galeano et al., 2024; Garzón-Velandia et al., 2024).

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah kategorisasi emosi berdasarkan teori emosi politik, dengan fokus pada emosi dominan seperti kemarahan, ketakutan, dan moral outrage (Brady et al., 2017; Schöne et al., 2021). Tahap kedua adalah analisis wacana untuk mengidentifikasi strategi diskursif yang digunakan dalam mengekspresikan dan membingkai emosi, termasuk penggunaan label moral, serangan personal, dan klaim legitimasi. Tahap ketiga adalah interpretasi relasi kuasa dengan mengaitkan ekspresi emosi, posisi aktor, dan respons audiens (Manusov & Compton, 2023).

Validitas analisis dijaga melalui triangulasi teori dan data. Integrasi perspektif psikologi sosial dan kajian wacana memungkinkan pemeriksaan silang terhadap temuan analisis. Keandalan kategorisasi emosi dijaga melalui konsistensi kriteria analitis dan refleksivitas peneliti dalam menafsirkan data (Kuri Pineda, 2023). Pendekatan ini juga mempertimbangkan dimensi institusional dan kontekstual emosi politik, sebagaimana disarankan oleh studi tentang emosi, institusi, dan kekuasaan (Voronov & Jarvis, 2025).

Pertimbangan etis menjadi bagian integral dari metode penelitian ini. Seluruh data yang digunakan bersifat publik dan dianonimkan untuk melindungi identitas pengguna non-publik. Penelitian ini juga mempertimbangkan dampak representasi emosi politik terhadap kelompok sosial tertentu dan berupaya menghindari reproduksi stigma atau konflik sosial. Prinsip etika penelitian

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

media digital diikuti secara ketat, termasuk transparansi analisis dan tanggung jawab interpretatif (Stark, 2020; Sivek, 2020).

Dengan desain metodologis ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan terintegrasi mengenai relasi kuasa dan emosi politik di media sosial, sekaligus memperkaya diskursus interdisipliner dalam studi politik digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap data media sosial menunjukkan bahwa emosi politik tidak muncul secara acak, melainkan terstruktur dalam pola diskursif yang merefleksikan relasi kuasa antara aktor politik, platform, dan pengguna. Ekspresi emosi dalam wacana politik daring berfungsi sebagai mekanisme artikulasi kekuasaan, baik dalam bentuk legitimasi, delegitimasi, maupun resistensi simbolik. Temuan ini menegaskan bahwa emosi tidak hanya berperan sebagai respons afektif terhadap peristiwa politik, tetapi sebagai instrumen strategis dalam produksi dan reproduksi kekuasaan di ruang digital (Koschut, 2018; Kuri Pineda, 2023).

Hasil analisis menunjukkan bahwa aktor dengan posisi kuasa tinggi, seperti elit politik dan akun institusional, cenderung menggunakan emosi secara terkontrol dan terarah. Emosi yang ditampilkan sering kali dikemas dalam bahasa normatif, moral, dan rasionalisasi kepentingan publik. Pola ini konsisten dengan temuan psikologi sosial yang menyatakan bahwa individu dengan posisi kuasa tinggi memiliki kapasitas lebih besar untuk mengelola dan menginstrumentalisasi emosi sesuai tujuan strategis (Bombari et al., 2017; van Kleef & Lange, 2020). Dalam konteks media sosial, ekspresi emosi oleh elit tidak hanya bertujuan membangun kedekatan emosional dengan audiens, tetapi juga memperkuat legitimasi simbolik dan otoritas moral.

Sebaliknya, pengguna non-elit cenderung mengekspresikan emosi secara lebih eksplisit dan intens. Kemarahan, frustrasi, dan kekecewaan menjadi emosi dominan dalam respons terhadap unggahan politik, terutama ketika wacana elit dipersepsi tidak responsif atau manipulatif. Temuan ini memperlihatkan bagaimana emosi berfungsi sebagai sarana artikulasi ketidakberdayaan sekaligus upaya simbolik untuk menantang relasi kuasa yang timpang (Heaney, 2011; Voronov & Jarvis, 2025). Dalam banyak kasus, ekspresi emosi negatif digunakan untuk meruntuhkan otoritas simbolik elit melalui delegitimasi moral.

Pola interaksi antara elit dan warga membentuk dinamika polarisasi afektif yang berkelanjutan. Analisis menunjukkan bahwa unggahan elit yang mengandung framing emosional tertentu, seperti ancaman atau moral outrage, memicu respons emosional serupa dari pengguna. Siklus ini menciptakan resonansi afektif yang memperkuat batas kelompok politik dan memperdalam antagonisme daring (Garzón-Velandia et al., 2024; Diez-Gracia et al., 2023). Emosi dalam konteks ini tidak hanya merefleksikan posisi ideologis, tetapi membentuk identitas kolektif berbasis afek.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa konten politik bermuatan emosi moral memiliki tingkat penyebaran yang lebih tinggi dibandingkan konten netral (Brady et al., 2017). Analisis data memperlihatkan bahwa unggahan dengan ekspresi kemarahan atau kecaman moral memperoleh interaksi yang lebih besar, baik dalam bentuk komentar maupun berbagi ulang. Fenomena ini diperkuat oleh kecenderungan emosi negatif menyebar lebih cepat dan luas di media sosial (Schöne et al., 2021). Dengan demikian, struktur emosi dalam wacana politik daring tidak terlepas dari logika visibilitas dan keterlibatan yang dioperasikan oleh platform digital.

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

Peran platform sebagai aktor non-manusia dalam relasi kuasa emosional menjadi temuan penting dalam penelitian ini. Algoritma platform tidak netral terhadap emosi, melainkan cenderung mengamplifikasi konten dengan potensi konflik dan keterlibatan tinggi. Analisis terhadap pola distribusi konten menunjukkan bahwa pesan politik yang bersifat provokatif dan divisif memperoleh prioritas visibilitas, terutama pada platform berbasis video pendek seperti TikTok (Solovev et al., 2025). Hal ini mengonfirmasi pandangan bahwa media sosial berfungsi sebagai infrastruktur emosional yang membentuk lanskap afektif politik kontemporer (Stark, 2020; Padri, 2025).

Dalam konteks ini, emosi tidak hanya dimobilisasi oleh aktor politik, tetapi juga dibentuk dan diarahkan oleh logika teknologis platform. Temuan ini memperluas pemahaman tentang relasi kuasa di media sosial yang tidak hanya bersifat interpersonal atau institusional, tetapi juga algoritmik. Relasi kuasa menjadi terdistribusi namun tetap hierarkis, dengan platform memiliki kapasitas signifikan untuk menentukan emosi mana yang menjadi dominan dalam ruang publik digital (Cornfield, 2022; Orhan, 2023).

Analisis wacana menunjukkan bahwa strategi linguistik memainkan peran sentral dalam konstruksi emosi politik. Penggunaan label moral, dikotomi “kita” dan “mereka”, serta metafora konflik ditemukan secara konsisten dalam wacana politik daring. Strategi ini berfungsi untuk mengarahkan emosi audiens dan memperjelas posisi kuasa aktor dalam struktur diskursif (Fernández Vallejo, 2018; Nartey & Yu, 2023). Emosi dalam wacana tidak hanya disampaikan melalui kata-kata afektif, tetapi juga melalui struktur naratif yang menempatkan aktor tertentu sebagai korban atau ancaman.

Dalam kasus komunikasi elit, emosi sering kali digunakan untuk membingkai kebijakan atau tindakan politik sebagai keharusan moral. Temuan ini sejalan dengan studi tentang politisasi wacana pejabat publik yang menunjukkan bahwa emosi digunakan untuk membangun legitimasi dalam situasi krisis (Barreto-Galeano et al., 2024). Emosi dalam konteks ini berfungsi sebagai alat persuasi yang menghubungkan kepentingan politik dengan nilai-nilai normatif yang lebih luas.

Respons warga terhadap wacana elit memperlihatkan dinamika yang berbeda. Emosi yang diekspresikan pengguna sering kali bersifat konfrontatif dan diarahkan secara personal terhadap aktor politik. Pola ini menunjukkan bagaimana media sosial memungkinkan personalisasi konflik politik, di mana emosi diarahkan pada figur individu sebagai representasi kekuasaan (Manusov & Compton, 2023). Dalam konteks ini, emosi berfungsi sebagai mekanisme deindividualisasi kekuasaan, dengan mereduksi kompleksitas institusional menjadi konflik antar aktor personal.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa paparan terhadap serangan politik daring meningkatkan intensitas emosi negatif dan sinisme politik di kalangan pengguna. Pola ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa serangan politik di media sosial mendorong kemarahan dan menurunkan kepercayaan terhadap proses demokratis (Hasell et al., 2024). Emosi negatif tidak hanya memengaruhi sikap politik individu, tetapi juga membentuk persepsi kolektif terhadap legitimasi sistem politik secara keseluruhan.

Dalam beberapa kasus, kemarahan kolektif berkembang menjadi bentuk mobilisasi moral yang lebih luas. Analisis terhadap wacana gerakan daring menunjukkan bahwa emosi dapat berfungsi sebagai sumber solidaritas dan identitas kolektif, meskipun sering kali disertai risiko eskalasi konflik (Foster & Rathlin, 2022). Temuan ini menunjukkan ambivalensi emosi politik yang dapat berfungsi sebagai sumber pemberdayaan sekaligus fragmentasi sosial.

Dari perspektif psikologi sosial, hasil penelitian ini menguatkan pandangan bahwa emosi merupakan bagian integral dari pengalaman kekuasaan. Ekspresi emosi oleh aktor politik tidak hanya

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

mencerminkan posisi kuasa, tetapi juga membentuk persepsi audiens terhadap legitimasi dan otoritas (Schmid Mast & Palese, 2019; Stamkou et al., 2016). Emosi menjadi sinyal sosial yang mengkomunikasikan siapa yang berhak memimpin, menilai, atau menghakimi dalam ruang publik digital.

Integrasi psikologi sosial dan kajian wacana dalam penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika emosi politik. Emosi dipahami tidak hanya sebagai keadaan internal individu, tetapi sebagai praktik sosial yang terartikulasikan melalui bahasa dan interaksi daring. Pendekatan ini menjembatani kesenjangan antara analisis mikro pengalaman emosional dan analisis makro struktur diskursif kekuasaan (Heaney, 2011; Voronov & Jarvis, 2025).

Secara teoretis, temuan penelitian ini mendukung argumentasi bahwa emosi dan kuasa merupakan konsep yang saling membentuk. Emosi tidak hanya dipengaruhi oleh struktur kekuasaan, tetapi juga berperan aktif dalam mereproduksi dan mentransformasikan relasi kuasa di media sosial (Kuri Pineda, 2023). Dengan demikian, analisis emosi politik perlu ditempatkan dalam kerangka relasional yang mempertimbangkan aktor, wacana, dan infrastruktur teknologi secara simultan.

Secara empiris, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena psikopolitik, di mana emosi menjadi sumber daya utama dalam kontestasi kekuasaan (Padri, 2025). Dinamika ini menantang asumsi normatif tentang ruang publik digital sebagai arena deliberatif yang rasional. Sebaliknya, ruang publik digital muncul sebagai medan konflik afektif yang terstruktur oleh logika platform dan relasi kuasa yang timpang (Bucher, 2020; Montero, 2024).

Implikasi dari temuan ini bersifat luas. Bagi studi komunikasi politik, penelitian ini menegaskan pentingnya memasukkan dimensi emosi dan kuasa dalam analisis wacana media sosial. Bagi psikologi sosial, hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang emosi sebagai praktik sosial yang dimediasi teknologi. Sementara itu, bagi kajian demokrasi, temuan ini menggarisbawahi tantangan serius terhadap kualitas diskursus publik di era media sosial yang semakin emosional dan terpolarisasi.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa relasi kuasa dan emosi politik di media sosial tidak dapat dipahami secara parsial. Keduanya saling terjalin dalam struktur diskursif, interaksi sosial, dan logika platform yang membentuk lanskap politik digital kontemporer. Integrasi psikologi sosial dan kajian wacana memberikan kerangka analitis yang kuat untuk memahami kompleksitas tersebut secara sistematis dan empiris.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa emosi politik dan relasi kuasa di media sosial merupakan fenomena yang saling terkait dan tidak dapat dipahami secara terpisah. Emosi tidak hadir sebagai respons spontan semata, tetapi berfungsi sebagai mekanisme strategis dalam produksi, legitimasi, dan penantangan kekuasaan di ruang digital. Media sosial membentuk arena politik yang menempatkan emosi sebagai sumber daya utama dalam interaksi antara aktor politik, platform, dan warga.

Hasil penelitian menegaskan bahwa aktor dengan posisi kuasa lebih tinggi cenderung menggunakan emosi secara terkelola dan normatif untuk membangun legitimasi simbolik, sementara pengguna non-elit mengekspresikan emosi secara lebih intens sebagai bentuk artikulasi ketidakpuasan dan perlawanan simbolik. Pola ini memperlihatkan bagaimana emosi berfungsi sebagai bahasa kekuasaan yang dipahami dan dipraktikkan secara berbeda sesuai posisi sosial aktor. Interaksi

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

emosional tersebut membentuk siklus resonansi afektif yang memperkuat polarisasi dan mengaburkan batas antara ekspresi personal dan konflik struktural.

Penelitian ini juga menegaskan peran signifikan platform digital dalam membentuk lanskap emosi politik. Logika algoritmik mendorong visibilitas konten yang bersifat emosional dan konfliktual, sehingga memperkuat dinamika kuasa yang tidak selalu terlihat secara langsung. Dalam konteks ini, relasi kuasa tidak hanya bersifat interpersonal atau institusional, tetapi juga terdistribusi melalui infrastruktur teknologi yang mengatur perhatian publik dan intensitas emosi.

Secara teoretis, integrasi psikologi sosial dan kajian wacana memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai emosi politik sebagai pengalaman subjektif sekaligus praktik sosial. Pendekatan ini menegaskan bahwa emosi merupakan elemen konstitutif dalam politik digital, bukan gangguan terhadap rasionalitas politik. Secara empiris, penelitian ini menyoroti tantangan serius bagi kualitas diskursus publik di era media sosial yang semakin emosional dan terpolarisasi. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian interdisipliner tentang politik digital dengan menempatkan emosi dan kuasa sebagai pusat analisis. Temuan ini membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai strategi pengelolaan emosi politik dan implikasinya bagi demokrasi kontemporer.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdel-Fadil, M. (2019). The politics of affect: The glue of religious and identity conflicts in social media. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, *8*(1), 1–32. https://doi.org/10.1163/21659214-00801002

Barreto-Galeano, M. I., Rico-Revelo, D., Velandia-Morales, A., et al. (2024). Politización del discurso de alcaldes de Colombia durante la pandemia del COVID-19 en Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), 1–21. https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2307

Bil-Jaruzelska, A., & Monzer, C. (2022). All about feelings? Emotional appeals as drivers of user engagement with Facebook posts. *Politics and Governance*, *10*(1), 15–27. https://doi.org/10.17645/pag.v10i1.4758

Bombari, D., Schmid Mast, M., & Bachmann, M. (2017). Felt power explains the link between position power and experienced emotions. *Emotion*, *17*(1), 55–66. https://doi.org/10.1037/emo0000207

Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *114*(28), 7313–7318. https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114

Bucher, H.-J. (2020). Zwischen deliberation und emotionalisierung: Interaktionsstrukturen in sozialen Medien. In *Medien und Öffentlichkeit* (pp. 1–20). De Gruyter. https://doi.org/10.1515/9783110679885-007

Cornfield, M. (2022). A triangle of influence: Researching political power and social media in the wake of the 2020–21 U.S. succession crisis. In *Political communication in real time* (pp. 1–18). Edward Elgar. https://doi.org/10.4337/9781800377202.00008

Diez-Gracia, A., Sánchez-García, P., & Martín-Román, J. (2023). Polarización y discurso emocional de la agenda política en redes sociales. *Revista Icono 14*, *21*(1), 1–24. https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1922

Fernández Vallejo, A. M. (2018). Comunicar emociones en el discurso metapolítico de Twitter. *The Observatory*, *12*(2), 1–18. https://doi.org/10.15847/obsOBS12320181214

Foster, M. D., & Rathlin, J. (2022). #MeToo as an “angry mob” or in search of meaning? *Computers in Human Behavior Reports*, *5*, 100173. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100173

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*

Garzón-Velandia, D. C., Barreto, I., & Sabucedo Cameselle, J. M. (2024). When political élites talk, and citizens reply: Affective polarization through time perspective and intergroup emotions. *Preprint*. https://doi.org/10.22541/au.171773485.52754046/v1

Hasell, A., Halversen, A., & Weeks, B. E. (2024). When social media attack: How exposure to political attacks on social media promotes anger and political cynicism. *The International Journal of Press/Politics*. Advance online publication. https://doi.org/10.1177/19401612231221806

Heaney, J. G. (2011). Emotions and power: Reconciling conceptual twins. *Social Science Research Network*. https://doi.org/10.2139/ssrn.1902934

Koschut, S. (2018). The power of (emotion) words. *Journal of International Relations and Development*, *21*(3), 568–594. https://doi.org/10.1057/s41268-017-0086-0

Kuri Pineda, E. E. (2023). La dimensión emocional en el ejercicio del poder: Una discusión teórica. *Intersticios Sociales*, (26), 1–28. https://doi.org/10.55555/is.26.494

Lillqvist, E., Louhiala-Salminen, L., & Kankaanranta, A. (2016). Power relations in social media discourse. *Discourse, Context & Media*, *13*, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.11.001

Manusov, V., & Compton, B. L. (2023). Pelosi, pointing, and power. *Howard Journal of Communications*, *34*(2), 123–141. https://doi.org/10.1080/10646175.2023.2195059

Montero, S. (2024). Una democracia afectada. *Revista Panamericana de Comunicación*, *6*(1), 1–20. https://doi.org/10.21555/rpc.v6i1.3018

Nartey, M., & Yu, Y. (2023). A discourse analytic study of #FixTheCountry on Ghanaian Twitter. *Social Media + Society*, *9*(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/20563051221147328

Orhan, E. B. (2023). Sosyal medyada siyasi manipülasyon. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1–25. https://doi.org/10.54831/vanyyuiibfd.1360819

Padri, A. R. (2025). Psychopolitics on social media. *Interdisciplinary Journal of Humanity*, *4*(3), 1–15. https://doi.org/10.58631/injurity.v4i3.1424

Schmid Mast, M., & Palese, T. (2019). What can we learn about others' power from their emotional expressions? In *Power and status* (pp. 1–20). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-32968-6_10

Schöne, J., Parkinson, B., & Goldenberg, A. (2021). Negativity spreads more than positivity on Twitter. *Political Psychology*, *42*(6), 1109–1132. https://doi.org/10.1007/s42761-021-00057-7

Sivek, S. C. (2020). Reasons of the heart: Political applications of emotion analytics. In *The emotions industry* (pp. 1–18). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36525-7_6

Solovev, K., Drolsbach, C. P., Demirel, E., et al. (2025). TikTok rewards divisive political messaging during the 2025 German federal election. *arXiv Preprint*. https://doi.org/10.48550/arxiv.2509.10336

Stamkou, E., Van Kleef, G. A., Fischer, A. H., & Kret, M. E. (2016). Are the powerful really blind to the feelings of others? *Personality and Social Psychology Bulletin*, *42*(6), 755–768. https://doi.org/10.1177/0146167216636632

Stark, L. (2020). Empires of feeling: Social media and emotive politics. In *Digital politics* (pp. 1–20). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003052272-15

van Kleef, G. A., & Lange, J. (2020). How hierarchy shapes our emotional lives. *Current Opinion in Psychology*, *33*, 148–153. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.07.009

Voronov, M., & Jarvis, L. C. (2025). Emotions, institutions, and power. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.475

Wang, M. J. (2023). Tweeting from left to right. *Proceedings of the IEEE International Symposium on Parallel and Distributed Processing*. https://doi.org/10.1109/ispa-bdcloud-socialcom-sustaincom59178.2023.00159

*Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.*