

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menjawab rumusan masalah mengenai bentuk-bentuk wacana nasionalisme dan identitas kebangsaan yang muncul dalam komentar pengguna platform X pada akun Kompas.com terkait polemik alumni *awardee* LPDP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasionalisme dalam kasus ini tidak lagi hadir sebagai nilai ideologis yang statis atau *top-down* dari negara kepada warganya, melainkan telah bergeser menjadi ruang kontestasi digital yang cair dan dinegosiasikan secara *bottom-up* yaitu diartikulasikan dan ditegakkan lebih dahulu oleh warganet, sebelum kemudian dilegitimasi oleh negara. Diskursus di kolom komentar akun X Kompas.com terpolarisasi secara tajam ke dalam dua poros utama, yakni poros nasionalisme normatif yang menuntut loyalitas mutlak atas dasar kepemilikan dana publik, dan poros kewarganegaraan kosmopolitan yang memisahkan antara konsep negara dengan kapasitas pengelola negara.

Dalam pertarungan dua poros tersebut, identitas kebangsaan tidak dikonstruksi melalui kriteria etnis, budaya, atau afeksi terhadap tanah air, melainkan melalui dua mekanisme utama. Pertama, melalui relasi finansial dengan negara, yaitu ketika kelayakan seseorang disebut warga negara yang baik diukur dari kontribusi dan kepatuhannya sebagai penerima dana publik. Kedua, melalui klaim otoritas warganet untuk menentukan garis keanggotaan bangsa tanpa

memiliki kewenangan formal, sebagaimana tampak pada tuntutan sanksi terhadap subjek yang secara hukum tidak melanggar ketentuan apa pun. Dengan demikian, batas antara "warga negara yang nasionalis" dan "warga negara yang dianggap berkhianat" bukan garis yang tetap, melainkan garis yang terus-menerus dinegosiasikan melalui bahasa di ruang digital.

Simpulan tersebut ditopang oleh empat temuan utama sebagaimana dirangkum pada Tabel 8. Pertama, nasionalisme dalam diskursus ini diukur dari posisi seseorang dalam hubungan uang dengan negara, bukan dari rasa cinta tanah air, tercermin dari argumen warganet yang berbentuk "itu uang saya, maka saya berhak menagih". Kedua, kritik kubu kosmopolitan terhadap negara justru menunjukkan kepedulian yang lebih dalam dibandingkan sikap kubu normatif yang memilih diam dan hanya mengalihkan kemarahan pada satu individu. Ketiga, negara turut ambil bagian secara aktif dalam perdebatan ini, bukan sekadar menjadi bahan perbincangan, terlihat dari pola bolak-balik antara kemarahan warganet dan respons pejabat yang saling memicu gelombang komentar baru. Keempat, warganet mengambil alih peran yang secara hukum menjadi kewenangan negara melalui tuntutan sanksi konkret, meskipun tindakan subjek yang diperkarakan sebenarnya tidak melanggar ketentuan hukum apa pun.

Keabsahan keempat temuan tersebut diperkuat melalui triangulasi yang menghasilkan simpulan konsisten dari tiga arah pengujian berbeda, yaitu melalui berbagai kerangka teori, melalui berbagai dimensi analisis wacana digital Jones, dan melalui pengecekan silang antara bingkai pemberitaan dan respons warganet.

Ketiga arah pengujian tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa polarisasi wacana ke dalam dua poros ini bukan hasil kebetulan atau bias dari satu sudut pandang, melainkan pola yang bertahan meski diuji dari berbagai arah, termasuk dari kondisi pemberitaan media yang seharusnya menekan salah satu poros tersebut. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa nasionalisme dan identitas kebangsaan di ruang digital bukan entitas yang *given*, melainkan medan makna yang terus-menerus diproduksi, dipertarungkan, dan dinegosiasikan ulang oleh warganet melalui praktik berkomentar sehari-hari.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui secara jujur. Pertama, penelitian ini memiliki keterbatasan terkait karakteristik sumber data pada lapisan pemberitaan. Sebagai bagian dari kelompok media besar yang cenderung tidak konfrontatif terhadap kekuasaan dalam pemberitaannya (Wijayanto & Masduki, 2024, sebagaimana dikutip dalam Syarief, 2025), Kompas.com menampilkan narasi berita yang didominasi oleh tanggapan resmi instansi terkait, sehingga seluruh unggahan yang menjadi korpus penelitian ini berada dalam bingkai institusional. Kecenderungan pemberitaan semacam ini berpotensi membentuk kerangka awal (*framing*) yang memengaruhi arah respons warganet pada lapisan komentar. Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa kecenderungan tersebut tidak sepenuhnya menentukan arah wacana, mengingat poros kewarganegaraan kosmopolitan tetap muncul secara signifikan sebagai narasi tandingan yang berlawanan dengan nada institusional pemberitaannya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan pola wacana pada media dengan

kecenderungan pemberitaan yang berbeda, guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana bingkai media memengaruhi konstruksi wacana nasionalisme di ruang digital. Kedua, penelitian ini menggunakan desain studi kasus tunggal dengan periode pengumpulan data yang terbatas pada masa viralitas isu (Februari 2026), sehingga tidak dapat menangkap dinamika wacana dalam jangka panjang setelah momentum viralitas mereda. Ketiga, karena penelitian ini bersifat kualitatif-interpretatif dan tidak melibatkan wawancara kepada warganet yang berkomentar, interpretasi makna sepenuhnya didasarkan pada teks yang tersedia secara publik, sehingga motif personal atau konteks subjektif di balik setiap komentar tidak dapat dikonfirmasi secara langsung. Keempat, analisis dimensi ideologi dan kekuasaan dalam penelitian ini bersifat interpretatif berdasarkan sumber sekunder, sehingga terdapat kemungkinan subjektivitas peneliti dalam mengaitkan temuan tekstual dengan struktur kekuasaan yang lebih luas.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan data dengan membandingkan wacana yang berkembang di berbagai akun media berita lain seperti Detik.com, CNN Indonesia, atau Tribunnews guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai variasi wacana nasionalisme digital berdasarkan segmentasi audiens media yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melakukan analisis lintas platform (*cross-platform analysis*) dengan membandingkan pola wacana yang muncul di X, TikTok, dan Instagram terkait isu yang sama, mengingat setiap platform memiliki affordances yang berbeda dan dapat membentuk karakter wacana yang berbeda pula.

Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan pendekatan longitudinal untuk mengkaji bagaimana wacana nasionalisme digital berkembang atau meluruh setelah momentum viralitas suatu isu berakhir, sehingga dapat menangkap dinamika opini publik dalam jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu, penelitian mendatang dapat memperkaya metodologi dengan menggabungkan pendekatan kualitatif Analisis Wacana Digital dengan analisis data kuantitatif berskala besar (*big data analytics*) untuk memetakan pola sentimen secara lebih terukur, sembari tetap mempertahankan kedalaman interpretatif pada sampel data kualitatif tertentu.

Terakhir, mengingat penelitian ini menemukan adanya ketegangan antara nasionalisme normatif dan kewarganegaraan kosmopolitan yang relevan dengan realitas mobilitas global generasi muda Indonesia, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana generasi *digital native* memaknai konsep kewarganegaraan dan loyalitas kebangsaan di tengah arus globalisasi, baik melalui pendekatan wacana digital maupun pendekatan kualitatif lain seperti wawancara mendalam, untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik mengenai fenomena ini dari perspektif subjek yang terlibat secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, F. A. (2026). Media sebagai Aparatus Ideologis: Representasi Muslim dan Produksi Identitas Kewarganegaraan. *Jurnal Keislaman*, 9(1), 64–77.
<https://doi.org/10.54298/jk.v9i1.918>
- Anaqhi, A. W., Achmad, Z. A., Zuhri, S., & Arviani, H. (2023). *VIRALITAS TRASH-TALKING DI TIKTOK SEBAGAI GAYA BARU PERSONAL DIGITAL BRANDING*.
- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). *Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas*. 6(3).
- Annas, F. B., Petranto, H. N., & Pramayoga, A. A. (2019). OPINI PUBLIK DALAM POLARISASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 20(2), 111.
<https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006>
- Anwar, N. R., & Zamzamy, A. (2026). Stand-up Comedy sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana Digital pada Konten Program Adu Cuanda x TAYTB Women Warriors di Kanal Youtube OCBC). *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 10, 743–755.
- Bakir, M. R. R., & Nurhaqiqi, H. (2026). Analisis Wacana Digital Cancel Culture terhadap Abidzar dalam Konten YouTube Cokro TV. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 10(1), 65–80.
<https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4689>

- Berger, J., & Milkman, K. L. (2013). Emotion and Virality: What Makes Online Content Go Viral? *GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), 18–23.
<https://doi.org/10.2478/gfkmir-2014-0022>
- Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. Sage Publications.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Conversi, D. (2023). *State of Nationalism (SoN): Nationalism and Climate Change*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Danet, B., & Herring, S. C. (Eds.). (2007). *The multilingual Internet: Language, culture, and communication online*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195304794.001.0001>
- Efendi, A. L., Fadilla, A., Khoirunnisa, A. C., Bakry, G. N., & Aristi, N. (2023). Analisis Jaringan Komunikasi #Pilpres2024 Pada Platform Twitter. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 219–232.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.2976>
- Epafras, L. C. (2021). Kosmopatriotisme Digital: Tantangannya dan Prospek Pendidikan Berdimensi Kosmopolitanisme. *BIA': Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 4(1), 19–36.
<https://doi.org/10.34307/b.v4i1.250>
- Fadhillah, D. N., Japar, M., Hartono, F. T., Syarifa, S., & Eka, G. (2024). PENANAMAN NILAI-NILAI DIGITAL CITIZENSHIP DALAM

- MEMBANGUN KOMUNIKASI KEBANGSAAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Foucault, M. (2015). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings 1972-1977* (C. Gordon, Ed.). Vintage Books.
- Fox, J. E., & Miller-Idriss, C. (2008). Everyday nationhood. *Ethnicities*, 8(4), 536–563. <https://doi.org/10.1177/1468796808088925>
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (Third edition). SAGE.
- Griffin, E. (2011). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill US Higher Ed USE, 2022.
- Gustomy, R. (2020). Pandemi ke Infodemi: Polarisasi Politik dalam Wacana Covid-19 Pengguna Twitter. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(2), 190–205. <https://doi.org/10.14710/jiip.v5i2.8781>
- Hadiputri, D. L., & Trenggono, N. (2023). *REPRESENTASI NASIONALISME DALAM PEMBEKALAN LPDP SRI MULYANI (ANALISA WACANA KRITIS FAIRCLOUGH YOUTUBE LPDP RI)*.
- Hermawan, V. (2025). *Political Communication in the Digital Era: The Role of Social Media in Shaping Public Opinion in the 2024 Election*. 4(05).
- Hidayat, N. (2025). *Narasi Kebangsaan di Era Media Sosial: Relevansi Pancasila dalam Ekosistem Digital*. 5.
- Hoffmann, M., Liu, J., Neumayer, C., & Trenz, H.-J. (2024). Social media and political contention—Challenges and opportunities for comparative research. *Journal of Information Technology & Politics*, 21(3), 209–217. <https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2356435>

- Isin, E. F. (2017). *Citizenship in flux: The figure of the activist citizen. In Citizenship rights.*
- Jenkins, R. (2014). *Social Identity*. Routledge.
- Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. A. (2015). *Discourse and Digital Practices: Doing discourse analysis in the digital age* (1st ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315726465>
- Khasanah, K. N., & Febriyanti, S. N. (2026). Konstruksi Safe Space Di Media Sosial (Analisis Wacana Digital Tentang Safe Space di Komunitas Ohmybeautybank Pada Media Sosial X). *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 10(1), 163–173.
<https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4694>
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*, 591–600. <https://doi.org/10.1145/1772690.1772751>
- Lim, M. (2012). *MEDIA CONCENTRATION IN INDONESIA*.
- Manalu, D. K., Bukit, D. G. Br., & Hutabarat, M. (2024). Identitas nasional dan nasionalisme di era digital: Dalam kajian kewarganegaraan. *JAGADDHITA: Jurnal Kebhinnekaan Dan Wawasan Kebangsaan*, 4(1), 18–29.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>

- Mihelj, S., & Jiménez-Martínez, C. (2021). Digital nationalism: Understanding the role of digital media in the rise of ‘new’ nationalism. *Nations and Nationalism*, 27(2), 331–346. <https://doi.org/10.1111/nana.12685>
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Hamilton, A. (2012). *Measuring Digital Citizenship: Mobile Access and Broadband*.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nathaniela, S., & Megawati, S. (2025). *Peran Media Sosial dalam Penguatan Nilai Bela Negara dan Nasionalisme Digital di Kalangan Generasi Muda*. 3(1).
- Novella Wf, A., & Nevriyarni, S. (2026). TEORI IDENTITAS SOSIAL, STEREOTIPE & PRASANGKA. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 3(1), 505–515.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Paquet, M. (2001). ONG, Aihwa, Flexible Citizenship. The Cultural Logics of Transnationality Durham, North Carolina, Duke University Press, 1999, 322 p. *Études internationales*, 32(1), 121. <https://doi.org/10.7202/704267ar>
- Purnamasari, N. I. (2022). CANCEL CULTURE: DILEMA RUANG PUBLIK DAN KUASA NETIZEN. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 137–149. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i2.7719>

- Rachman, M. A. (2023). Scholarship for catching up? The Indonesia Endowment Fund for Education (LPDP) scholarship program as a pillar of economic development policy. *International Journal of Educational Development*, 96, 102701. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2022.102701>
- Raharjo, M. (2023). *Tradisi Penelitian Kualitatif yang Mana?*
- Ramadhani, M. F., Anastasia, V., & Belinda, B. (2022). *Analisis Wacana Kritis Representasi Pengungsi Rohingya Dalam Narasi Video Dan Komentar Di Youtube.*
- Rohadatul, F., Dewi, S. K., Nugroho, Y. C., Tazakka, B. B., & Nisa, P. K. (2022). *PERAN X DALAM MENCIPTAKAN POLARISASI OPINI PUBLIK PADA PEMILU BRASIL 2022 (STUDI KASUS KAMPANYE JAIR BOLSONARO DAN LULA DA SILVA).*
- Sajian, A., & Alif, A. (2025). Struktur dan Konflik Sosial: Perspektif Teori Sosiologi terhadap Polarisasi di Era Media Sosial. *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*, 4(1), 309–314. <https://doi.org/10.55681/seikat.v4i1.1632>
- Santoso, D. H. (2021). New Media and Nationalism in Indonesia: An Analysis of Discursive Nationalism in Online News and Social Media after the 2019 Indonesian Presidential Election. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 289–304. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-18>
- Santoso, D. H., Pawito, P., Utari, P., & Kartono, D. T. (2022). Nationalism and Pandemic in Indonesia: An Analysis of Discursive Nationalism in New

- Media During Pandemic. *Proceedings of the 1st International Conference of Humanities and Social Science, ICHSS 2021, 8 December 2021, Surakarta, Central Java, Indonesia*. Proceedings of the 1st International Conference of Humanities and Social Science, ICHSS 2021, 8 December 2021, Surakarta, Central Java, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2021.2322562>
- Skey, M. (2011). *National Belonging and Everyday Life*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230353893>
- Suhendra, S., & Selly Pratiwi, F. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Suriati. (2021). Dakwah dan Hedonisme. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–27. <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>
- Syapriani, I., Putriana, D., Aula, R. P., Sembiring, G. S., Aulia, V., Khoiria, S., Pulungan, R., & Rosadi, M. (2025). *Strategi Komunikasi Pengguna Media Sosial Dalam Mengelola Bahasa, Etika, Dan Resistansi Sosial Di Ruang Komentor Platform Digital*.
- Trottier, D. (2017). Digital Vigilantism as Weaponisation of Visibility. *Philosophy & Technology*, 30(1), 55–72. <https://doi.org/10.1007/s13347-016-0216-4>
- Usmi, R. (2023). Analisis Kewarganegaraan Global dalam Konteks Pendidikan Kewarganegaraan. *Journal of Civics and Moral Studies*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.26740/jcms.v8n1.p1-9>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*

(Sixth edition). SAGE.

Zappavigna, M. (2012). *The discourse of Twitter and social media*. Continuum.