

SIKAP PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP INFORMASI PUBLIK YANG DISAMPAIKAN PEMERINTAH MELALUI MEDIA DARING DAN MEDIA SOSIAL

Era Purike¹, Astriana Baiti², Nur Azizah³

¹Prodi Perhotelan, erapurike@poljan.ac.id, Politeknik Pajajaran ICB Bandung

²Magister Ilmu Komunikasi/FISIP, astriana.baitisinaga@umj.ac.id, Universitas Muhammadiyah Jakarta

³Prodi Administrasi Publik, nur.azizah@poljan.ac.id, Politeknik Pajajaran ICB Bandung

Correspondence author: era.purike@poljan.ac.id.

ABSTRAK

Saat ini pengguna internet dan media sosial di Indonesia tumbuh pesat. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Pemerintah Indonesia juga memanfaatkan media daring untuk mensosialisasikan beberapa kebijakan publik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan sikap dari para pengguna media sosial terhadap komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui kanal media daring milik pemerintah maupun kanal berita media daring. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada pengguna media sosial yang berusia 17-60 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 47,7% responden menyatakan informasi yang diberikan oleh pemerintah kadang-kadang memberikan perubahan sikap, sementara 36,4% responden menyatakan bahwa informasi yang disampaikan membawa perubahan sikap pada diri mereka, dan 15,9% menyatakan informasi yang disampaikan tidak merubah sikap apapun bagi mereka. Hal yang menarik lainnya adalah 91,4% responden menyatakan bahwa mereka mengikuti komunikasi politik pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial. Sedangkan sisanya (8,6%) menyatakan bahwa mereka tidak mengikuti informasi terkait kebijakan pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial. Namun responden menilai bahwa pemerintah belum dapat memaksimalkan komunikasi politik melalui media sosial yang dimiliki oleh pemerintah, dimana bahasa penyampaian informasi yang digunakan kurang sesuai dengan tingkat literasi pengguna media sosial, informasi yang disampaikan kurang menarik dan kurang informatif bagi pengguna media sosial, kurangnya unsur edukasi di informasi yang disampaikan oleh pemerintah dan minimnya saluran penyampain keluhan di media daring atau media sosial yang dimiliki oleh pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan adanya evaluasi dari pemerintah untuk membenahi komunikasi yang dilakukan melalui media daring dan media sosial milik pemerintah.

Kata kunci: *internet, media sosial, komunikasi, politik*

ABSTRACT

Currently, internet and social media users in Indonesia are growing rapidly. By January 2022, the number of active social media users in Indonesia was 191 million people. The Indonesian government is using social media online to socialize several public policies. This study aims to see the attitudes of social media users towards communications made by the government through online media and social media channels. This study uses a survey method by distributing research

questionnaires to social media users aged 17-60. The results showed that 47.7% of respondents stated that the information provided by the government sometimes has an impact on their attitude. While 36.4% of respondents stated that the information has affected their attitude, 15, 9% stated that there is no impact on their attitude. Furthermore, 91.4% of respondents stated that they follow government political communications through online media and social media. Whilst the rest (8.6%) stated that they did not follow any information from the government through online media and social media. However, respondents considered that the government had not been able to maximize political communication through social media owned by the government, where the language used to deliver the message was not meet to the literacy level of social media users, and the information was less interesting and less informative for social media users, the lack of educational elements in the social media. information and the lack of channels for submitting complaints in online or social media belongs to the government. Therefore, there is a need for an evaluation from the government to improve the communications through online and social media.

Keywords: *internet, social media, communication. political*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi pada dekade terakhir ini sangat mengalami kemajuan pesat. Terutama di masa pandemi yang mengharuskan tiap individu membatasi aktivitas sosial di luar ruangan. Hal ini menyebabkan kebutuhan akan teknologi komunikasi menjadi sebuah kebutuhan yang vital agar tiap individu bisa tetap terhubung sekalipun tidak bertatap muka. Pemanfaatan teknologi komunikasi ini pun bukan hanya terbatas pada masyarakat perkotaan saja, namun Sudha merambah hingga ke desa. Penggunaan ponsel pintar (*smartphone*) menjadi sebuah hal yang sangat lumrah di masyarakat. Masyarakat dapat mengakses beragam informasi hanya dengan *smartphone* yang mereka miliki.

Berdasarkan laporan *We Are Social* sebagaimana dilansir oleh DataIndonesia.id, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Walau demikian, pertumbuhannya mengalami fluktuasi sejak 2014-2022. Kenaikan jumlah pengguna media sosial tertinggi mencapai 34,2% pada 2017. Hanya saja, kenaikan tersebut melambat hingga sebesar 6,3% pada tahun lalu. Angkanya baru meningkat lagi pada tahun ini. Adapun, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Persentasenya tercatat mencapai 88,7%. Setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8%. (Mahdi, 2022).

Akibatnya, perkembangan komunikasi di media sosial mengalami perubahan mendasar dalam tradisi komunikasi publik, yang biasanya bersifat eksklusif diprakarsai dan dikelola oleh aktor tertentu, misalnya politisi, perusahaan, serta jurnalis (Chadwick 2006). Fenomena ini telah diamati oleh berbagai disiplin ilmu seperti sosiologi, studi komunikasi informasi, sistem informasi, ilmu politik, dan linguistik. Mengingat pertumbuhan media sosial yang luar biasa, khususnya Twitter dan Facebook, media sosial semakin banyak digunakan dalam konteks politik akhir-akhir ini—baik oleh warga negara maupun institusi politik (misalnya, politisi, partai politik, yayasan politik, think tank, dll.). Dari perspektif institusi politik, penting untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik berbasis penggunaan media sosial, terutama saat kampanye pemilu. Media sosial digunakan untuk mengukur opini publik tentang kebijakan dan posisi politik serta digunakan juga untuk membangun dukungan masyarakat bagi kandidat yang mencalonkan diri pada jabatan publik (Zeng et al. 2010). Para politisi

di negara-negara demokrasi modern di seluruh dunia sangat semangat memanfaatkan media sosial untuk melibatkan konstituen mereka, melakukan dialog langsung dengan warga dan memungkinkan diskusi politik yang hidup (Hong dan Nadler 2011). Di sisi lain, media sosial dikatakan berpotensi meningkatkan partisipasi dan diskusi politik antar warga. Twitter, Facebook, dan lainnya menyediakan platform yang ideal bagi pengguna untuk menyebarkan tidak hanya informasi secara umum tetapi juga opini politik melalui jaringan mereka. (Stieglitz dan Dang-Xuan, 2014).

Saat ini pemerintah Indonesia juga mencoba untuk melibatkan publik dalam melakukan sosialisasi kebijakan dan fungsi pemerintah melalui media daring dan media social yang dikelola langsung oleh pemerintah. Pemerintah berupaya untuk menyediakan informasi dan layanan pemerintah terkait beberapa kebijakan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Beberapa pemerintah di beberapa negara juga memanfaatkan media social bukan hanya untuk menyediakan informasi dan pelayanan pemerintah tapi juga meminta umpan balik tentang peraturan yang diusulkan hingga mencari dialog berkelanjutan untuk mencari solusi atas tantangan besar terkait lingkungan, kesehatan, dan masalah kritis lainnya. Sehingga partisipasi publik bisa didapatkan dengan biaya politik yang rendah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari komunikasi politik yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui media daring dan media sosial terhadap perubahan perilaku dari para pengguna media sosial. Perubahan perilaku yang ingin diketahui adalah perubahan perilaku terkait sosialisasi kebijakan pemerintah yang disosialisasikan melalui kanal media daring dan media sosial yang dikelola langsung oleh pemerintah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Stieglitz dan Dang-Xuan (2014) menguraikan tentang media sosial yang didefinisikan sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna" (Kaplan dan Haenlein 2010). Potensi media sosial tampaknya paling menjanjikan dalam konteks politik karena dapat menjadi pendorong bagi lebih banyak partisipasi dan demokrasi. Creighton (2005) mendefinisikan partisipasi publik sebagai proses dimana perhatian publik, kebutuhan dan nilai-nilai dimasukkan ke dalam pengambilan keputusan pemerintah dan perusahaan. Makna *e-participation* tidak hanya berfokus pada proses ini tetapi juga pada penggunaan internet sebagai instrumen tambahan atau eksklusif untuk menciptakan dialog antara yang terpilih dan yang memilih. Terkait dengan itu, Karpf (2009) memperkenalkan gagasan "politik 2.0," yang dapat dipahami sebagai pemanfaatan biaya transaksi internet yang lebih rendah dan kondisinya yang berlimpah informasi dan bertujuan membangun institusi politik yang lebih partisipatif dan interaktif.

Penggunaan media sosial oleh pemerintah menawarkan beberapa peluang kunci untuk teknologi (Bertot, Jaeger, Munson, & Glaisyer, 2010):

- a. Partisipasi dan keterlibatan demokratis, menggunakan teknologi media sosial untuk melibatkan publik dalam pemerintahan yang mendorong dialog partisipatif dan memberikan suara dalam diskusi tentang pengembangan dan implementasi kebijakan.
- b. Produksi bersama, di mana pemerintah dan masyarakat bersama-sama mengembangkan, merancang, dan memberikan layanan pemerintah untuk meningkatkan kualitas, penyampaian, dan daya tanggap layanan.
- c. Solusi dan inovasi *crowdsourcing*, mencari inovasi melalui pengetahuan dan bakat publik untuk mengembangkan solusi inovatif untuk masalah sosial berskala besar. Untuk memfasilitasi *crowdsourcing*, pemerintah membagikan data dan masukan lainnya sehingga publik memiliki landasan dasar untuk berinovasi.

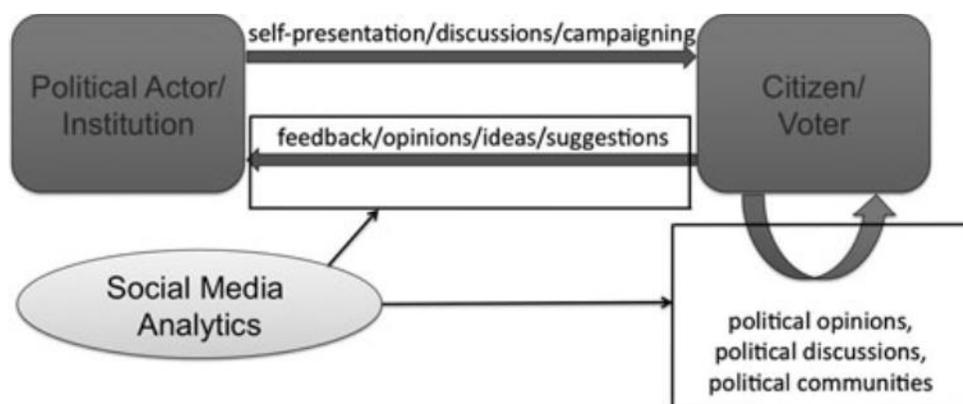
Ada banyak penelitian yang berfokus pada peran media sosial dalam proses politik.

Sebagaimana yang terjadi di kampanye presiden Amerika Serikat pada tahun 2008 yang menunjukkan bahwa teknologi media sosial menjadi semakin penting untuk komunikasi dan persuasi politik (Wattal et al. 2010). Hal ini menjelaskan bahwa media sosial dapat diadaptasi untuk berhubungan dan berdiskusi dengan pemilih serta untuk menyebarkan informasi penting kepada mereka. Terutama kaum muda yang terinspirasi dengan topik politik menggunakan media sosial sebagai platform komunikasi (Chen et al. 2009; Kushin dan Kitchener 2009).

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell dalam sebuah artikel klasik yang ditulisnya pada tahun 1948 yang berjudul *The Structure and Function of Communication in Society*, bahwa komunikasi dapat didefinisikan sebagai “*who says what, in which channel, to whom, and with what effect*”. Pernyataan ini sekaligus menegaskan beberapa unsur dalam komunikasi, yaitu komunikator (*who*), pesan (*says what*), komunikan (*to whom*), dan dampak (*with what effect*) dari pesan yang disampaikan. Merujuk pada pengertian maka segala pola pemikiran, ide atau upaya untuk mencapai pengaruh, hanya dengan komunikasi dapat tercapainya segala sesuatu yang diharapkan, karena pada hakikatnya segala pikiran atau ide dan kebijakan (*policy*) harus ada yang menyampaikan dan ada yang menerimanya, proses tersebut yang dinamakan sebagai proses komunikasi. (Lasswell, 1948).

Lasswell, memandang orientasi komunikasi politik telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, bahwa komunikasi politik selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa komunikasi politik bertujuan menjangkau masa depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu (Syahrial Sarbaini, 2021).

Adapun kerangka kerja media sosial dan komunikasi politik, digambarkan oleh Stieglitz dan Dang-Xuan (2014) sebagai berikut:



Gambar 1: Komunikasi Politik dan Analisa Media Sosial (Stieglitz dan Dang-Xuan, 2014)

Dari kerangka kerja diatas dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif praktis, analisa media sosial yang dilakukan adalah beberapa hal yang terkait dengan opini politik, diskusi dan komunitas politik yang dilakukan oleh pemilih serta umpan balik, opini, ide, atau saran yang disampaikan oleh pengguna media sosial kepada aktor atau institusi politik. Maka analisa media sosial ini dapat menjadi semacam pedoman untuk pengembangan perangkat yang bertujuan mengumpulkan, menyimpan, memantau, menganalisis, dan meringkas konten buatan pengguna yang relevan secara politik dari media sosial bagi aktor atau institusi politik (Stieglitz dan Dang-Xuan, 2014).

Untuk melihat variabel: 1) 'sikap' sebagai salah satu konstruksi sentral penelitian, dan 2)

lingkungan sosial. dan domain politik sebagai faktor yang membentuk sikap ini, maka penulis mengambil teori perilaku, Theory of Reasoned Action (TRA) dan salah satu modifikasi dari TRA yaitu Theory of Planned Behavior (TPB). Kedua teori ini menjadi kerangka kerja yang populer dalam menganalisa perilaku penggunaan media sosial. TPB menempatkan niat untuk melakukan perilaku tertentu sebagai faktor utama dalam memprediksi perilaku tertentu, misalnya penggunaan media sosial. Pada gilirannya, niat adalah fungsi dari sikap pribadi terhadap perilaku, tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (disebut norma subjektif dalam model) dan tingkat kontrol perilaku yang dirasakan atau tingkat kemudahan/kesulitan dalam melakukan perilaku. Seperti yang didefinisikan sebelumnya, sikap terhadap perilaku dipahami sebagai kecenderungan untuk merespons secara menyenangkan, tidak menyenangkan, atau netral terhadap suatu objek atau perilaku. Evaluasi ini muncul langsung dari keyakinan tentang objek mereka, yang dapat menjadi produk pengamatan pribadi langsung, kesimpulan pribadi, atau hasil dari menerima informasi dari sumber lain, seperti keluarga, guru, teman, atau media. Ajzen & Fishbein berargumen bahwa, dari banyak keyakinan yang berbeda tentang objek sikap, hanya keyakinan yang menonjol yang dengan mudah muncul di benak dan memainkan peran dalam membentuk sikap pada waktu tertentu. Mereka membentuk landasan kognitif di mana sikap terbentuk secara otomatis dan spontan. aktor 'norma subjektif' dalam TPB menjelaskan pengaruh kuat yang dapat dimiliki lingkungan sosial terhadap niat individu dan perilaku. Azjen menjelaskan bahwa perilaku mengacu pada tekanan atau pola yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan, yang dikaitkan dengan orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya. Bagian 'subyektif' mengacu pada persepsi yang bertentangan dengan ide-ide aktual yang dimiliki orang lain tentang perilaku tersebut. Akhirnya, 'kontrol perilaku yang dirasakan' dalam TPB mengacu pada keyakinan yang dimiliki individu tentang kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku, berdasarkan keterampilan dan peluang individu yang dirasakan, serta kemungkinan hambatan yang ada. (M. Zagidullin, et.al., 2021).

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mendapatkan data primer. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Metode kuantitatif yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode survey melalui kuesioner penelitian yang disebarakan pada pengguna media sosial yang berusia di rentang 17-60 tahun. Adapun jenis metode survey yang digunakan adalah metode survey eksplanatori. Neuman (2012) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bertujuan untuk memeriksa masalah atau fenomena. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang dampak komunikasi politik pemerintah terhadap perubahan perilaku pengguna media sosial dalam menanggapi pesan politik yang disampaikan oleh pemerintah. Untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan maka desain survey yang digunakan merupakan desain survey *cross-sectional* (McMillan, J.H. & Schumacher, S, 2010). Desain ini banyak digunakan karena dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam waktu yang relatif cepat. Peneliti mengumpulkan data pada satu titik waktu yang sudah ditentukan sehingga didapatkan data tentang perilaku atau sikap Ketika survey dilakukan. Menurut Creswell (2012), penelitian dengan metode survey biasanya memilih dan mempelajari sampel dari suatu populasi, kemudian hasil penelitiannya dapat digeneralisasi dari sampel ke populasi.

Adapun untuk data sekunder, peneliti melakukan kajian literatur dari beberapa penelitian yang memiliki kemiripan terutama mengenai media sosial dan komunikasi politik. Penelitian ini merangkum beberapa literatur yang terkait dengan informasi media sosial dan komunikasi politik. Penulis melakukan telaah terhadap beberapa jurnal internasional dan nasional yang paling relevan dengan topik

penelitian yang ditentukan oleh peneliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hambatan dengan semakin meluasnya penggunaan teknologi media sosial untuk pemerintahan terbuka adalah memastikan bahwa teknologi ini inklusif. Teknologi media sosial saat ini menghadirkan paradoks yang substansial. Di satu sisi, hal ini menjadi terobosan baru bagi pemerintah untuk berinteraksi dengan konstituen melalui layanan dan sumber daya pemerintah baru, mengintegrasikan berbagai informasi dan data, dan merancang cara baru untuk menyediakan layanan pemerintah. Di sisi lain, beralih ke pendekatan pemerintahan yang semakin bergantung pada teknologi dapat mengarah pada praktik eksklusif. Kemampuan untuk menggunakan teknologi media sosial didasarkan pada a) akses ke teknologi (yang memerlukan perangkat dan akses internet kecepatan tinggi); b) perkembangan teknologi, program, dan internet yang memberikan akses yang sama kepada semua pengguna; dan c) literasi informasi dan kewarganegaraan diperlukan untuk memahami transparansi informasi (Bertot, Jaeger, Munson, & Glaisyer, 2010).

Di tingkat masyarakat, sikap terhadap penggunaan media sosial telah berkembang selama bertahun-tahun dari manfaat yang positif hingga beberapa hal yang perlu untuk ditelaah lebih lanjut. Pada awal kehadiran media sosial, banyak hal positif yang dirasakan seperti antusiasme masyarakat tentang peluang baru dalam komunikasi, demokratisasi, pengembangan bisnis, pendidikan, dan pembangunan komunitas. Namun dibalik semua manfaatnya, ada juga yang menyalahkan media sosial karena mengubah sifat interaksi sosial, dinamika hubungan, menciptakan kecanduan baru, dan memecah komunitas.

Namun, pada tingkat individu, penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan media sosial dipengaruhi oleh hasil pengalaman positif yang dicapai orang melalui penggunaan media sosial tersebut seperti membangun hubungan baru dan mempertahankan hubungan lama, melewatkan waktu, menemukan pelarian, dihibur, mencari dukungan sosial, mengidentifikasi kelompok, meningkatkan status diri, dan memilih produk dan layanan berdasarkan umpan balik secara *online*.

Media sosial menjadi sebuah ruang baru bagi masyarakat untuk bertukar dan menyebarkan informasi dan menjadi sebuah dunia baru sekalipun kehadirannya tidak memiliki bentuk secara fisik namun muncul secara virtual. Media sosial menjadi sebuah ruang baru bertemunya komunikator dan komunikan yang dapat berinteraksi secara langsung melalui ruang virtual. Hal ini memungkinkan mereka untuk saling bertukar informasi atau membuat konten-konten informasi sendiri. Jika media konvensional digambarkan sebagai media satu arah yang ditujukan untuk banyak pihak, media berbasis online dapat dilihat sebagai media satu arah, dua arah, satu ke banyak maupun banyak ke satu seperti halnya media konvensional. (J. Indrawan, et.al., 2020)

A. Media Sosial dan Media Daring Sebagai Media Komunikasi Kebijakan Pemerintah

Dari sisi pemerintah, banyak kebijakan-kebijakan, usulan kebijakan, pernyataan, komentar terkait permasalahan politik yang dilakukan melalui media sosial. Hal ini disebabkan komunikasi melalui media sosial dapat dilakukan secara mudah dengan biaya yang lebih rendah jika dibandingkan dengan penggunaan media mainstream atau pertemuan public secara fisik. Melalui media sosial, masyarakat yang dapat dijangkau menjadi semakin luas (J. Indrawan, et.al., 2020). Dalam survey terbatas yang dilakukan oleh peneliti, media sosial yang banyak dimiliki oleh responden adalah WhatsApp (90,9%) dan TikTok (75%) dimana semua responden memiliki lebih dari satu media sosial. Ada sebanyak 91,4% responden yang menjawab bahwa mereka mengikuti komunikasi politik pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial. Sedangkan sisanya (8,6%) menyatakan bahwa mereka tidak mengikuti informasi terkait kebijakan pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial.

Hal ini menegaskan kembali fungsi media sosial sebagai salah satu media komunikasi politik yang mudah diakses dan jangkauannya lebih luas. Namun di era interaktif digital, produksi pesan dan citra politik malah justru menjadi hal yang rawan untuk "diganggu". Pelaku politik harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa pesan-pesan mereka akan dimodifikasi oleh pihak lain ketika pesan tersebut disampaikan melalui media sosial. Di media sosial, kedudukan para pengguna berada dalam posisi yang setara. Media sosial menjadi sebuah rimba raya yang tidak mengenal aturan. Selain itu, kerancuan pesan yang disampaikan sangat mungkin terjadi. Media sosial bisa mengaburkan pemahaman yang mengakses informasi yang dibagikan, apakah mencerminkan pendapat pribadi atau institusi (Anshari, 2013).

Merujuk pada teori komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell mengenai beberapa unsur dalam komunikasi yaitu: komunikator (*who*), pesan (*says what*), komunikan (*to whom*), dan dampak (*with what effect*) dari pesan yang disampaikan. Media sosial saat ini bisa menempatkan penggunanya bisa berperan sebagai komunikan tapi juga sekaligus bisa menjadi komunikator. Jika media konvensional, komunikator biasanya hanya berasal dari kalangan tertentu seperti pejabat, media, tokoh-tokoh nasional, institusi besar dan berpengaruh. Namun sejak kehadiran media sosial, masyarakat bukan hanya sebagai komunikan yang pasif tapi juga aktif, baik dalam memberikan umpan balik, komentar atau membagikan kembali pesan yang didapatkan (Alfiyani, 2018).

Unsur berikutnya dalam komunikasi adalah pesan. Pemerintah melalui media daring dan media sosial yang dimiliki, telah mensosialisasikan beberapa kebijakan untuk dibagikan pada masyarakat luas. Keberhasilan sebuah komunikasi adalah ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan. Penyampaian pesan-pesan politik kepada masyarakat luas dapat dilakukan melalui saluran politik yang dimiliki oleh pemerintah. Pesan politik ini dapat berupa lambing-lambang seperti kata atau pembicaraan, gambar, amupun tindakan. Bisa juga disampaikan dalam bentuk lain seperti cerita, foto, atau video. Alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan ini dapat menggunakan media mekanis, teknik, dan sarana untuk saling bertukar lambang. Selain itu, manusia juga bisa dijadikan sebagai saluran komunikasi. Saluran komunikasi merupakan bagian penting daripada komunikasi politik, karena ini berhubungan erat dengan pesan-pesan politik. Pembicaraan tentang politik juga adalah berhubungan tentang siapa yang dapat berbicara kepada siapa, mengenai apa, dalam keadaan bagaimana, sejauh mana dapat dipercaya. Komunikator politik, siapapun dan apapun jabatannya, menjalani proses komunikasinya dengan mengalirkan pesan dari struktur formal dan non-formal menuju sasaran yang berada dalam berbagai lapisan masyarakat (Siagian, 2015).

Dari hasil survey, ketika diajukan pertanyaan: "Menurut saudara, Apakah sering ada postingan berupa gambar, foto ataupun video kaitannya dengan kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah di media online, dan media sosial", sebanyak 6,8% responden menjawab "tidak", 40,9% menjawab "ya", dan 52,3% menyatakan kadang-kadang. Selain itu, mayoritas responden juga menyatakan bahwa sebanyak 60,6% responden menyatakan pemerintah jarang memberikan informasi terkait kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah di media daring atau media sosial lainnya, 36,4% menyatakan bahwa pemerintah memberikan informasi dan sisanya 3%, responden menyatakan bahwa pemerintah tidak memberikan informasi terkait kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah di media daring atau media sosial lainnya.

Dari kedua hal ini dapat dilihat bahwa pemerintah belum memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Hal ini tentu sangat disayangkan, mengingat jumlah pengguna media sosial yang banyak di Indonesia, seharusnya dapat dimanfaatkan

dengan baik oleh pemerintah dalam mensosialisasikan informasi terkait kebijakan dan hal lainnya yang dilakukan pemerintah melalui akun-akun resmi yang dimiliki oleh pemerintah. Padahal adanya internet telah mengubah cara komunikasi politik yang dilakukan oleh banyak politisi maupun pemerintah di sebagian besar dunia. Teknologi Komunikasi Informasi (TIK) telah memberi para politisi banyak peluang untuk berkampanye dan berkomunikasi dengan pemilih mereka dengan cara yang baru dan kreatif (Deželan and Vobič, 2016).

Selain itu, responden juga menilai bahwa informasi terkait kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah di media online dan media sosial belum bisa memberikan penjelasan dan pemahaman yang maksimal kepada masyarakat (9,8%). Sedangkan 56,1% responden menilai bahwa informasi yang disampaikan kadang-kadang memberikan pemahaman dan penjelasan dan ada 34,1% yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh pemerintah telah memberikan penjelasan dan pemahaman.

Dalam penyaluran informasi, responden juga menilai bahwa pemerintah belum memanfaatkan saluran atau media politik daring atau media sosial untuk mensosialisasikan informasi terkait kebijakan dan program lainnya yang dilakukan oleh pemerintah. Hal ini dinyatakan oleh 49,2%, dan 39,4% menyatakan bahwa pemerintah sudah memanfaatkan saluran atau media politik daring atau media sosial dalam mensosialisasikan informasi kepada publik. Sedangkan 11,4% responden menyatakan bahwa pemerintah tidak memanfaatkan saluran politik yang luas untuk menyampaikan informasi kepada publik.

B. Sikap Pengguna Media Sosial Terhadap Komunikasi Politik Pemerintah

Sebagaimana telah disebutkan dalam TPB bahwa sikap terhadap perilaku dipahami sebagai kecenderungan untuk merespons secara menyenangkan, tidak menyenangkan, atau netral terhadap suatu objek atau perilaku. Ketika responden ditanyakan: “Apakah saudara menyukai informasi yang berkaitan dengan kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah yang ada di media online dan media sosial?”. Sebanyak 53% responden menyatakan bahwa mereka jarang menyukai informasi yang disampaikan oleh pemerintah, sedangkan 37,9% responden menyatakan bahwa mereka menyukai informasi yang disampaikan oleh pemerintah, bahkan 73,2% menyatakan bahwa mereka juga ikut memberikan atau membagikan informasi yang diberikan. Sisanya sebanyak 9,1% responden menyatakan bahwa mereka tidak menyukai informasi yang dibagikan oleh pemerintah melalui media daring atau media sosial pemerintah.

Sebagaimana yang telah disampaikan bahwa sikap terhadap perilaku dipahami sebagai kecenderungan untuk merespons secara menyenangkan, tidak menyenangkan, atau netral terhadap suatu objek atau perilaku. Evaluasi ini muncul langsung dari keyakinan tentang objek mereka, yang dapat menjadi produk pengamatan pribadi langsung, kesimpulan pribadi, atau hasil dari menerima informasi dari sumber lain, seperti keluarga, guru, teman, atau media. Dalam merespon pesan informasi yang disampaikan oleh pemerintah, sebanyak 47,7% menyatakan kadang-kadang untuk menjawab pertanyaan: “Apakah dengan adanya pembaharuan status atau komentar-komentar yang ada di media online dan media sosial dapat membawa perubahan sikap atau persepsi dalam menyikapi kebijakan, program, edukasi atau sosialisasi dari pemerintah?”. Sementara 36,4% responden menyatakan bahwa informasi yang disampaikan membawa perubahan sikap pada diri mereka, dan 15,9% menyatakan bahwa informasi tersebut tidak merubah sikap atau persepsi mereka terhadap informasi yang disampaikan.

Tidak maksimalnya perubahan sikap mayoritas responden terhadap informasi yang disampaikan oleh pemerintah disebabkan oleh beberapa hal seperti yang dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1: Persepsi Masyarakat Terhadap Informasi Pemerintah

No	Persepsi	Persentase (%)
1.	Bahasa penyampaian informasi yang digunakan kurang sesuai dengan tingkat literasi pengguna media sosial	45,6
2.	Informasi yang disampaikan kurang menarik dan kurang informatif bagi pengguna media sosial	32,3
3.	Kurangnya unsur edukasi di informasi yang disampaikan oleh pemerintah	17,2
4.	Minimnya saluran penyampain keluhan di media daring atau media sosial yang dimiliki oleh pemerintah	4,9
	TOTAL	100%

Sumber: Olahan hasil survey peneliti

Melihat paparan data survey diatas dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan oleh pemerintah terkait kebijakan, atau informasi lainnya belum dapat memberikan perubahan pada responden karena disebabkan oleh beberapa hal seperti yang ada di table 1.

C. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Pemerintah

Media sosial memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan komunikasi politik yang lebih langsung dan interaktif sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi. Biaya yang dibutuhkan juga lebih murah dan konstituen yang dapat dijangkau juga lebih luas (M.A. Hayat, *et.al.*, 2021). Namun, selain membawa dampak positif, media sosial juga memberikan tantangan bagi pemerintah dalam melakukan komunikasi politik dengan publik. Sebagaimana disebutkan oleh Bertot, Jaeger, Munson, dan Glaisyer, (2010), bahwa media sosial:

1. Dapat mengaburkan batas-batas pemerintahan dimana dalam proses demokrasi yang dapat menggambarkan kembali hubungan antara pemerintah dan masyarakat, menjadi kurang jelas di mana pemerintah berhenti dan masyarakat memulai.
2. Masih terlalu dini untuk memahami bagaimana lembaga dan pemerintah memasukkan partisipasi berbasis teknologi media sosial ke dalam pertimbangan kebijakan pemerintah. Meminta partisipasi dan umpan balik, dan lainnya. Apakah sudah diperlukan untuk memasukkan partisipasi publik berbasis teknologi ke dalam peraturan pemerintah, undang-undang, dan layanan publik.
3. Bisa membutuhkan struktur, proses, kerangka kerja dan kebijakan baru terutama untuk memberikan keselamatan, kepercayaan, keamanan, hak kepemilikan, inklusi sosial, partisipasi, dan pencatatan. Dalam topik yang lebih luas, terdapat area kritis yang terkait dengan privasi, partisipasi elektronik, dan demokratisasi, akses, dan keterlibatan publik.
4. Memiliki resiko polarisasi informasi. Teknologi menawarkan lebih banyak pilihan kepada konsumen untuk mengakses berita dan informasi, mereka akan tertarik pada sumber yang menawarkan campuran artikel dan jenis diskusi yang paling mereka sukai. Oleh sebab itu jika pemerintah tidak memberikan informasi yang menarik, maka publik sangat besar kemungkin tidak akan mengakses informasi tersebut.

Setelah dampak positif dipaparkan diatas, maka media sosial juga memiliki beberapa kelemahan sebagai wadah komunikasi politik bagi pemerintah. Beberapa kelemahan tersebut adalah: (1) penggunaan media sosial dapat membatasi partisipasi politik publik jika pemerintah banyak melakukan pembatasan atau sensor informasi yang boleh beredar di media sosial. Selain itu, kurangnya fasilitas internet di beberapa daerah menyebabkan publik yang berada di daerah minim atau minus internet tidak dapat berpartisipasi; (2) penggunaan media sosial dapat memarginalkan kelompok masyarakat tertentu dan polarisasi audiens politik, meninggalkan kelompok terpinggirkan akses

terbatas ke partisipasi politik *online*; (3) penggunaan media sosial membutuhkan sumberdaya dan fasilitas yang menuntut. Media sosial membutuhkan perangkat seperti ponsel pintar, computer, dan jaringan internet yang tentu saja ini merupakan fasilitas berbayar (M.A. Hayat, *et.al.*, 2021).

SIMPULAN DAN SARAN

Internet telah mengubah cara komunikasi politik dilakukan di sebagian besar dunia. Teknologi Komunikasi Informasi (TIK) telah memberi para politisi banyak peluang untuk berkampanye dan berkomunikasi dengan pemilih mereka dengan cara yang baru dan kreatif. Selain memberikan dampak positif, media sosial dan media online juga memiliki beberapa kelemahan jika digunakan sebagai saluran komunikasi politik. Dari hasil survey terbatas yang dilakukan peneliti, 47,7% responden menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pemerintah kadang-kadang memberikan perubahan sikap, sementara 36,4% responden menyatakan bahwa informasi yang disampaikan membawa perubahan sikap pada diri mereka, dan 15,9% menyatakan informasi yang disampaikan tidak merubah sikap apapun bagi mereka. Hal yang menarik lainnya adalah 91,4% responden menyatakan bahwa mereka mengikuti komunikasi politik pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial. Sedangkan sisanya (8,6%) menyatakan bahwa mereka tidak mengikuti informasi terkait kebijakan pemerintah yang dibagikan di media daring maupun media sosial. Namun responden menilai bahwa pemerintah belum dapat memaksimalkan komunikasi politik melalui media sosial yang dimiliki oleh pemerintah, dimana bahasa penyampaian informasi yang digunakan kurang sesuai dengan tingkat literasi pengguna media sosial, informasi yang disampaikan kurang menarik dan kurang informatif bagi pengguna media sosial, kurangnya unsur edukasi di informasi yang disampaikan oleh pemerintah dan minimnya saluran penyampain keluhan di media daring atau media sosial yang dimiliki oleh pemerintah.

Untuk itu peneliti menyarankan agar pemerintah lebih mampu meningkatkan dan memanfaatkan media sosial yang dimiliki agar dapat memberikan informasi maupun edukasi kepada publik dengan jangkauan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Cetak

- [1] Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Boston, MA: Pearson.
- [2] Neuman, W. L. (2012). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. University of Wisconsin, Whitewater.
- [3] Schumacher, J. H. (2010). *Research in Education Evidence Based Inquiry*. Edinburgh: Pearson Education Limited.

Jurnal

- [4] Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran – Volume 22, No. 2, Juli - Desember*, 57-69.
- [5] Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 1*, 91-102.

- [6] Bertot, J. C. (2010). Engaging the public in open government: The policy and government application of social media technology for government transparency. *IEEE Computer*, 43(11), 53–59.
- [7] Jerry Indrawan, E. A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Volume 8 Nomor 1*, 1-16.
- [8] Kushin M, K. K. (2009). Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. *First Monday* 14(11).
- [9] Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *Lyman Bryson (ed.) The Communication of Ideas. New York: The Institute for Religious and Social Studies*, 216-228.
- [10] Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Jakarta: DataIndonesia.id.
- [11] Marat Zagidullin, N. A. (2021). Government policies and attitudes to social media use among users in Turkey: The role of awareness of policies, political involvement, online trust and party identification. *Technology in Society* 67 (2021) 101708.
- [12] Muzahid Akbar Hayat, S. J. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi: p-ISSN: 2723 - 6609 e-ISSN : 2745-5254 Vol. 2, No. 1 Januari 2021*, 104-114.
- [13] Riadi, Y. (2021, Februari 3). Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Mencapai 4,2 Miliar. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- [14] Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1*, 17-26.
- [15] Stefan Stieglitz, L. D.-X. (2014). Social Media and Political Communication - A Social Media Analytics Framework. *Social Network Analysis and Mining - Springer-Verlag*.
- [16] Syahrial Sarbaini, S. M. (2021). *Teori, Media, dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
- [17] Tomaž Deželan, I. V. (2016). *(R)evolutionizing Political Communication Through Social Media*. Hershey PA, USA: Information Science Reference.
- [18] Utami, L. D. (2021, Maret 23). Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 Dari 70 Negara. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.