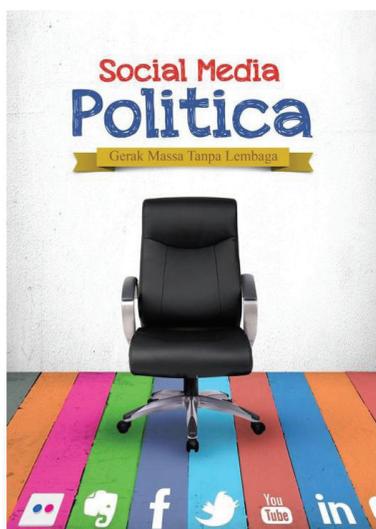


Tinjauan Buku

Media Sosial dan Komunikasi Politik Era Digital

Wiguna



Anwar Abugaza

*Social Media Politica: Gerak Massa
Tanpa Lembaga*

Jakarta, Tali Writing & Publishing House

2014

iii + 203

ISBN 978-602-14871-0-5

Wiguna

*Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Lampung,*

*Gedong Meneng, Rajabasa, Kota
Bandar Lampung
35141*

Era digital membawa perubahan pada komunikasi politik. Vowe & Henn (2014) bahkan menyebut era digital membawa perubahan paradigma bagi studi dan praktek komunikasi politik. Setidaknya ada 6 perubahan yang dibawa era digital. Pertama, konteks ruang publik. Di masa lalu, ruang publik dalam komunikasi politik dipisahkan dengan tegas dalam 3 kategori yakni komunikasi politik publik, pemerintah dan pribadi. Pada era digital, komunikasi politik tidak mengalami batasan pemisahan yang setajam sebelumnya. Komunikasi politik pribadi, semi publik, publik, dan pemerintah saling berbaur, terutama dalam penggunaan media online dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, dimensi sosial. Pada era sebelum digital, para aktor terhubung satu sama lain dalam hubungan komunikasi massa politik. Para aktor itu masing-masing mengambil peran yang didefinisikan secara tegas: politisi bertindak sebagai sumber, wartawan bertindak sebagai komunikator, dan warga bertindak sebagai penerima. Pada era digital, karakteristik tersebut menjadi semakin kabur. Warga tidak hanya sebagai penerima, tapi juga sumber dan perantara; organisasi politik dapat menjadi perantara atau penerima; dan organisasi politik dan warga

negara dapat berkomunikasi secara langsung lewat media sosial.

Ketiga, dimensi isi. Pada era sebelumnya, komunikasi politik terkait dengan tema-tema yang menjadi kepentingan publik dan obyek perdebatan publik. Sementara pada era digital, topik komunikasi politik sangat luas didasarkan pada kriteria kelompok tertentu untuk ditonjolkan. Pesan-pesan komunikasi politik tidak hanya bisa ditemukan dalam berita politik, tetapi juga dalam humor, komedi, atau peristiwa sehari-hari. Keempat, dimensi temporal. Dalam era lama, sinkronisasi penerimaan konten dalam media politik

adalah kunci proses komunikasi. Semua tahapan komunikasi (produksi, distribusi, dan efek) diatur untuk menjaga sinkronisasi penerimaan pesan. Pada era digital, sinkronisasi menurun, sementara elemen asinkron dalam komunikasi politik terus meningkat. Khalayak mempunyai banyak saluran komunikasi politik dan dapat memilih media yang sesuai dengan pilihan politiknya.

Kelima, dimensi ruang. Pada era lama, ruang komunikasi politik didefinisikan dan dibatasi tegas pada batas-batas negara. Pembatasan ini berfokus pada ruang nasional, yang dicakup oleh sistem media masing-masing negara. Sistem media dibentuk oleh peraturan dalam bentuk legislasi nasional. Di era digital, ruang yang tegas dalam bentuk sistem politik negara tertentu, tidak lagi bisa digunakan. Lewat media sosial, warga bisa saling terhubung satu sama lain dengan negara dengan sistem politik yang berbeda. Individu di era digital juga menempati posisi sebagai aktor yang tidak kalah pentingnya dibandingkan dengan negara. Keenam, dimensi teknis. Pada era lama, teknologi penyiaran adalah teknologi komunikasi yang dominan. Pesan-pesan politik terutama disebarluaskan lewat televisi atau radio. Sementara pada era digital, jaringan komputer menjadi teknologi media terdepan. Lingkungan media baru ini menawarkan potensi yang sangat besar untuk aktor-aktor politik. Area teknologi telekomunikasi dan komputer yang sebelumnya terpisah menjadi konvergen membentuk lingkungan media baru.

Buku *Social Media Politica* ini ditulis menjelang Pemilu tahun 2014. Menurut penulisnya, media sosial akan menjadi kekuatan dominan pada Pemilu 2014. Ini tidak bisa dilepaskan dari jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang sangat besar. Pada tahun 2013, jumlah pengguna Facebook lebih dari 47 juta, atau nomor keempat di dunia (hal. 39). Untuk Twitter, Indonesia juga menduduki posisi keempat dengan jumlah peng-

guna sekitar 20 juta. Jumlah pengguna media sosial jika diakumulasikan mencakup 19,2% dari total jumlah penduduk Indonesia (hal. 41). Selain menggunakan data jumlah pengguna media sosial, penulis juga mengutip pengalaman negara lain (terutama Amerika) untuk memperkuat argumentasi mengenai potensi kekuatan media sosial. Kemenangan Barack Obama pada Pemilu di Amerika tahun 2008 dan 2012 tidak bisa dilepaskan dari kemampuan Obama dalam memanfaatkan dan men-dayagunakan internet dan media sosial (hal. 58).

Setelah menguraikan mengenai sejarah media sosial dan peranan media sosial dalam Pemilu di negara lain, penulis kemudian menguraikan penggunaan media sosial dalam politik (lebih spesifik Pemilu) di Indonesia. Menurut penulis buku ini, kekuatan media sosial terbukti dalam kemenangan Joko Widodo pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 dan Ridwal Kamil pada Pilkada Kota Bandung tahun 2013. Jumlah pengguna media sosial di Jakarta tahun 2012 mencapai 17,44 juta untuk Facebook dan 3,77 juta untuk Twitter. Pengguna media sosial di Jakarta sangat aktif, ini terbukti dari jumlah twit sebanyak 10 miliar twitter seluruh dunia di bulan Juni 2012, sebanyak 2,3% di antaranya dilakukan oleh pengguna Twitter di Jakarta (hal. 78). Jokowi memenangkan pertarungan di media sosial. Penulis buku mengutip hasil penelitian dari sejumlah lembaga yang menempatkan share of netizen Jokowi unggul atas Fauzi Bowo. Jokowi lebih banyak diperbincangkan dengan angka sebanyak 55,43% sementara Fauzi Bowo hanya diperbincangkan oleh pengguna media sosial sebanyak 44,57%. Keunggulan Jokowi di media sosial sebenarnya tidak diimbangi dengan keunggulan di lapangan (offline), di mana Fauzi Bowo lebih unggul dalam pemaasangan baliho dan atribut kampanye. Jika kemudian Jokowi unggul atas Fauzi Bowo, menurut penulis buku, membuktikan kekuatan media sosial (hal. 80).

Setelah mengulas kemenangan Joko Widodo, penulis buku kemudian mengulas kemenangan Ridwal Kamil pada Pilkada Kota Bandung tahun 2013. Sama dengan analisis pada Pilkada DKI Jakarta, penulis buku menyimpulkan kemenangan Ridwan Kamil disumbangkan oleh media sosial. Ridwan Kamil melakukan kampanye dengan memanfaatkan media sosial secara kreatif. Ridwan Kamil ditampilkan sebagai anak muda yang memberi harapan khususnya kepada pemilih pemula. Akun Facebook Ridwan Kamil diikuti oleh 58 ribu pengikut sementara akun Twitter diikuti oleh 185 ribu pengikut (hal. 88). Dengan menggunakan contoh kasus Pemilu Amerika, Pilkada DKI Jakarta dan Bandung, penulis berkesimpulan media sosial akan memainkan peranan penting pada Pemilu dan komunikasi politik di masa mendatang. Bahkan penulis buku tidak ragu menyebut media sosial sebagai kekuatan demokrasi kelima (hal. 103). Lewat media sosial, warga bisa bersuara secara bebas dan terlibat dengan isu-isu politik. Jika sebelumnya pembicaraan politik hanya didominasi

oleh elit, leat media sosial warga bisa ikut terlibat dalam membicarakan isu-isu politik.

Buku ini merekam perjalanan media sosial dalam komunikasi politik di Indonesia. Kekuatan buku ini, penulis buku secara rinci dan sistematis mendata bagaimana media sosial berpengaruh terhadap komunikasi politik. Di luar kekuatan tersebut, buku ini menyimpan banyak sekali kelemahan. Pertama, buku ini tidak didasarkan pada hasil penelitian, tetapi penulis buku banyak membuat kesimpulan yang terlampau berani. Misalnya, menyimpulkan bahwa kemenangan Joko Widodo dan Ridwal Kamil akibat media sosial. Benar bahwa Joko Widodo dan Ridwan Kamil banyak menggunakan media sosial dalam kampanyenya, tetapi menyimpulkan bahwa kemenangan mereka akibat media sosial, tentu membutuhkan kajian tersendiri. Kedua, penulis buku tidak menjelaskan kesimpulan yang dibuat dengan argumentasi dan data yang memadai. Joko Widodo dan Ridwan Kamil banyak diperbincangkan secara positif oleh pengguna media sosial. Data ini sebenarnya hanya deskriptif, tidak bermakna apa-apa. Penulis buku tidak menjabarkan bagaimana perbincangan yang positif ini bisa mempengaruhi pemilih. Bagaimana proses terbentuknya preferensi pemilih akibat perbincangan yang positif di media sosial. Penulis buku juga banyak banyak membuat penyederhanaan (simplifikasi) permasalahan yang kompleks tanpa didukung oleh data dan argumentasi yang kuat. Misalnya menyebut media sosial sebagai kekuatana demokrasi kelima (hal. 103) atau kandidat bisa menang dalam Pemilu akibat menang di media sosial meski kalah di lapangan (hal.80).

Penulis buku ini juga terjebak membicarakan

media sosial terbatas pada dimensi teknis saja, yakni bagaimana media sosial mengubah wilayah pertarungan dari semula penyiaran (radio, televisi) ke arena digital. Padahal, era digital dan online seperti diulas oleh Vowe & Henn (2014) menciptakan perubahan paradigm, tdak semat hanya teknis. Penulis buku ini tidak menyentuh perubahan komunikasi politik dilihat dari dimensi lain, mulai dari konteks ruang publik, dimensi sosial, isi, temporal dan ruang. Pada dimensi ruang publik, era digital di Indonesia mengubah batas-batas mengenai komunikasi politik yang sebelumnya hanya terbatas pada perbincangan elit dan pemerintah. Pada dimensi sosial, kehadiran media digital membuat warga bisa ikut mendiskusikan dan mempengaruhi isu-isu publik. Pada dimensi isi, perbincangan komunikasi politik di era media sosial tidak sebatas hanya pada berita-berita politik tetapi meluas meliputi meme, komedi dan seterusnya. Untuk dimensi temporal, era digital membawa konsekuensi pada penerimaan pesan. Jika sebelumnya khalayak hanya menjadi penerima, pada era digital memungkinkan warga untuk memilih media yang sesuai dengan pilihan politilnya. Era digital juga membawa perubahan pada dimensi ruang dalam komunikasi politik di Indonesia. Pilkada DKI Jakarta dan Bandung yang dibahas dalam buku ini misalnya, menggambarkan terjadinya perubahan dimensi ruang. Meski Pilkada berlangsung di Jakarta dan Bandung, perbincangan komunikasi politik tidak bisa hanya dibatasi pada kedua kota itu saja. Terbukti, warga dan pengguna media sosial di kota lain bahkan negara lain juga ikut terlibat dalam Pilkada di kedua wilayah tersebut.

Daftar Pustaka

Brants, K. & Voltmer, K. (ed). (2011). *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics*. London: Palgrave.

Vowe, G. & Henn, P (ed). (2014). *Political Communication in the Online World: Theoretical Approaches and Research Designs*. London: Routledge.