

Politik dan Internet

Fungsi Internet Dalam Kampanye Pemilihan Anggota DPRD Kota Surabaya

Indah Nur Laeli

Abstrak

Dengan adanya perkembangan teknologi, mengakibatkan munculnya suatu masyarakat jaringan yang beraktifitas di ruang yang bebas, terbuka, tanpa batas, dan berbasis digital. Hal ini yang menyebabkan internet dijadikan salah satu media kampanye baru dalam ruang politik. Media baru ini dianggap dapat menciptakan suatu pencitraan sang politisi, usaha ini dilakukan guna membuka komunikasi yang lebih efektif dengan publik. Sifat internet yang mengutamakan kecepatan dan keterbukaan dalam penyebaran informasi, dirasa sanggup untuk menciptakan suasana kampanye yang efektif. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apa yang menyebabkan Hani Fidyanto memilih internet sebagai media kampanyenya; (2) Bagaimana variasi isi pesan dan pengaturan tempo kampanye politik melalui internet (website dan jejaring sosial online facebook, twitter). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggambarkan tujuan dari adanya penggunaan internet sebagai media kampanye dalam pemilihan DPRD Kota Surabaya. Tidak hanya tujuan dari penggunaan internet saja, akan tetapi penelitian ini lebih jauh lagi akan membahas bagaimana penyajian pesan dan tingkat interaktif di dalam media kampanye tersebut. Teori dan konsep yang digunakan adalah teori dan konsep komunikasi kekuasaan, masyarakat jaringan, konstestasi politik, jejaring sosial online, pemilihan anggota DPRD Kota Surabaya, dan internet. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan internet sebagai hasil dari perkembangan teknologi di abad 21 melahirkan suatu masyarakat jaringan yang lebih banyak melakukan aktifitasnya di ruang berbasis digital ini. Hal itulah yang menyebabkan aktor politik merasa perlu untuk melakukan kampanye politik di internet. Adapun penyampaian pesan dalam kampanye Hani Fidyanto memiliki kecenderungan pada pesan berbentuk gambar. Untuk itu penelitian ini merekomendasikan agar penggunaan internet sebagai media kampanye nantinya akan dieksplor lebih dalam lagi, guna menciptakan suatu pendidikan politik yang nantinya akan menciptakan tatanan politik yang lebih baik lagi.

Kata kunci: Komunikasi, Masyarakat Jaringan, Internet.

Pendahuluan

Melalui manajemen proses-proses komunikasi aktor-aktor politik dapat menghendaki suatu perubahan sosial dengan mempengaruhi pikiran publik. Manusia terbentuk atas dasar pengetahuan atau informasi yang ia dapatkan. Dengan mengikuti perkembangan zaman manusia telah berkembang, terlebih dalam hal teknologi dan informasi. Era globalisasi yang serba digital menjadikan manusia bergantung pada internet. Internet sudah tidak lagi menjadi barang yang mewah lagi, hampir seluruh aspek telah terjamah dengan teknologi

ini. Setiap detiknya, jutaan umat manusia kini mengakses internet dengan beragam aktivitas yang ada dalam dunia digital tersebut. Dimulai dari *browsing*, *chatting*, *social networking*, berbisnis bahkan saat ini yang terbaru adalah internet sebagai ajang kampanye politik. Penelitian ini harapannya dapat lebih jauh lagi untuk dieksplor lebih dalam, hal ini mengingat temuan ini dirasa sangat menarik ketika kampanye politik yang awalnya berada di dunia “nyata” kini telah beralih ke dunia maya. Hal ini juga dibuktikan adanya penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan, seperti halnya penelitian mengenai kemenangan Barrack Obama yang disebabkan dengan faktor utama adalah penggunaan internet.

Teori Communication Power dan Konsep Masyarakat Jaringan

Teori komunikasi kekuasaan merupakan suatu temuan bahwasanya seseorang dapat merubah persepsi masyarakat guna mendapatkan kekuasaan yang ia inginkan, yaitu dengan menguasai komunikasi. Castells menghadirkan argumen sentral bahwa berbagai hubungan *power* ini dapat diubah oleh aktor-aktor sosial yang menghendaki perubahan sosial dengan mempengaruhi pikiran publik, 1) *Power* bersifat multidimensi dan terkonstruksi di sekeliling jaringan-jaringan yang terprogram di tiap-tiap domain aktivitas manusia menurut kepentingan dan nilai-nilai yang dipegang aktor-aktor yang terberdayakan. Namun seluruh jaringan *power* menggunakan *power* mereka dengan memengaruhi pikiran manusia melalui berbagai jaringan multimedia komunikasi massa. Jadi, jaringan-jaringan komunikasi adalah jaringan fundamental pembuatan *power* dalam masyarakat; 2) Jaringan-jaringan *power* dalam berbagai domain aktivitas manusia terjaringan di sekeliling jaringan-jaringan tersebut dan tak bergabung. Namun, jaringan-jaringan tersebut ikut serta dalam berbagai strategi kemitraan dan kompetisi, mempraktikkan kerjasama dan kompetisi secara simultan dengan membentuk jaringan-jaringan *ad hoc* di sekeliling proyek-proyek khusus dan dengan berganti mitra tergantung kepentingan pada tiap-tiap konteks dan tiap-tiap momen waktu; 3) Jaringan *power* yang terkonstruksi di sekeliling negara dan sistem politik memainkan peran fundamental dalam keseluruhan jaringan *power*. Hal ini disebabkan operasi sistem yang stabil dan reproduksi hubungan *power* dalam seluruh jaringan pada akhirnya bergantung pada fungsi-fungsi koordinasi dan regulasi negara, serta sistem politik. Hal ini juga karena melalui negaralah berbagai bentuk penggunaan *power* dalam berbagai lingkungan sosial berhubungan dengan monopoli kekerasan sebagai kapasitas untuk memaksakan *power* sebagai usaha terakhir (Castells, 2009).

Salah satu kontribusi terbaru untuk teori sosial modern adalah sebuah trilogi yang ditulis oleh Manuel Castells dengan judul *Information Age: Economy, Society and Culture*, Castells mengutarakan pandangannya tentang kemunculan masyarakat, kultur, dan ekonomi yang baru dari sudut pandang revolusi teknologi informasi (televisi, komputer. dan sebagainya).

Revolusi yang dimulai di Amerika pada tahun 1970an ini mengakibatkan restrukturisasi fundamental terhadap sistem kapitalis yang memunculkan apa yang disebut oleh Castells sebagai “Kapitalisme Informasional”, yang memunculkan istilah "Masyarakat Informasi". Munculnya kapitalisme informasional dan masyarakat informasi ini didasarkan pada "informasionalisme" (sumber utama produksi terletak pada kapasitas dalam penggunaan dan pengoptimalan faktor produksi berdasarkan informasi dan pengetahuan).

Masyarakat jaringan merupakan suatu struktur sosial masyarakat pada awal abad 21, yang terbentuk oleh komunikasi berbagai jaringan digital. Dengan demikian, analisis keterkaitan kekuasaan membutuhkan pemahaman atas kekhususan berbagai bentuk dan proses komunikasi sosial, yang mana dalam masyarakat jaringan berarti termasuk didalamnya adalah media massa dan komunikasi jaringan horisontal yang dibangun oleh komunikasi internet dan nirkabel (Castells, 2000).

Menurut Castells, dengan berkembangnya teknologi jaringan, menyebabkan munculnya model komunikasi baru yang radikal, dimana memungkinkan tumbuhnya *mass self-communication*, yang juga berarti menumbuhkan otonomi subyek komunikasi, “vis-a-vis” korporasi komunikasi, dimana pengguna bisa menjadi pengirim sekaligus penerima pesan.

Kemunculan dua fenomena tersebut didasarkan pada “informasionalisme” yaitu sebuah mode perkembangan di mana sumber utama produktivitas terletak pada optimalisasi kombinasi penggunaan faktor-faktor produksi berbasis pengetahuan dan informasi. Dalam analisisnya, Castell memberikan pemikirannya tentang paradigma teknologi informasi dengan lima karakteristik dasar: 1) Teknologi informasi bereaksi terhadap informasi, 2) Informasi adalah bagian dari aktivitas manusia, maka teknologi ini mempunyai efek pervasif, 3) Semua sistem yang menggunakan teknologi informasi didefinisikan oleh “logika jaringan”, 4) Teknologi baru sangatlah fleksibel dan mampu beradaptasi, 5) Teknologi informasi sangatlah spesifik, dengan adanya informasi maka bisa terpadu dengan suatu sistem yang terintegrasi (Castells, 2000).

Fungsi-fungsi dan proses dominan pada jaman informasi semakin terorganisir dalam "jaringan" yang didefinisikan sebagai serangkaian "simpul yang terkait satu sama lain". Jaringan tersebut bersifat terbuka, mampu melakukan ekspansi tanpa batas, dinamis dan mampu berinovasi tanpa merusak sistem.

Berseiring dengan tumbuhnya masyarakat informasional, muncul pula perkembangan kebudayaan virtual riil, yaitu satu sistem di mana realitas itu sendiri sepenuhnya tercakup dan sepenuhnya masuk ke dalam setting citra maya di dunia fantasi, yang di dalamnya tampilan tidak hanya ada di tempat dikomunikasikannya pengalaman. Dunia memasuki era masa tanpa waktu, di mana masyarakat menjadi lebih didominasi oleh proses daripada lokasi fisik. Dalam kaitan ini, kita memasuki era "masa tanpa waktu" yang ada di dalamnya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dikarenakan penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan perilaku yang akan diamati. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti melakukan wawancara mendalam untuk memperoleh data primer dan analisis isi terhadap media kampanye Hani Fidyanto yang berupa internet untuk mendapatkan data sekunder. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau

gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Oleh karenanya, teknik pengumpulan data harus dilakukan dengan baik dan terstruktur agar mendapatkan hasil penelitian yang baik.

Masyarakat Jaringan dan Penggunaan Internet sebagai Media Kampanye Politik

Dalam komunikasi kekuasaan, Manuel Castells meneliti mengapa, bagaimana, dan oleh siapa hubungan *power* terkonstruksi dan digunakan melalui manajemen proses-proses komunikasi, dan bagaimana berbagai hubungan *power* ini dapat diubah oleh aktor-aktor sosial yang menghendaki perubahan sosial dengan mempengaruhi pikiran publik.

Beberapa alasan tersebut yang menjadi minat atau ketertarikan tersendiri bagi para politisi untuk memperoleh kekuasaan dengan cara mengatur strategi komunikasi melalui internet. Kampanye politik yang terkenal dengan *money politics*, panggung rakyat, poster, dan baliho kini lambat laun telah di *upgrade* sesuai dengan kemajuan zaman. Kampanye *online* yang baru-baru ini gencar setelah adanya kemenangan Barrack Obama dengan bantuan jejaring sosial *twitter*, telah menjadi pusat perhatian para peneliti marketing politik di seluruh penjuru dunia dan tak terkecuali Indonesia. Kampanye politik kini sudah tidak lagi membicarakan bagaimana kita harus membagi-bagikan kenikmatan sesaat kepada para pemilih yang belum tentu nantinya pemilih tersebut akan memilih yang bersangkutan, akan tetapi nilai kampanye politik kini menjadi berkembang sebagai *the education voter* dengan adanya bantuan internet sebagai media baru.

Pada akhirnya internet dan politik memiliki keterkaitan dan memberikan hubungan timbal balik tersendiri. Seperti apa yang digagas oleh Ilmuan Politik Roelofs, politik merupakan suatu pembicaraan atau lebih tepatnya kegiatan politik adalah bicara. Oleh karena di dalam setiap tindakan politik selalu ada proses untuk melakukan suatu komunikasi, hal tersebut merupakan usaha manusia dalam berinteraksi guna memenuhi kebutuhannya.

Aktifitas di dunia maya tersebut dapat sedikit menguntungkan para politisi untuk melakukan kampanye secara cuma-cuma dan lebih mudah, hanya saja harus memiliki manajemen komunikasi yang baik. Adanya aktifitas di dunia maya tersebut menjadi suatu alasan tersendiri untuk kalangan politisi menggunakan internet sebagai media kampanye. Terciptanya suatu masyarakat jaringan yang tidak lain adalah suatu struktur sosial masyarakat pada awal abad 21 yang terbentuk oleh komunikasi berbagai jaringan digital.

Jaringan merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lainnya (Barnes, 1969). Oleh sebab itu, siapa yang berhasil memegang kuasa dalam komunikasi di suatu jaringan, orang itulah yang memegang kendali atas komunikasi yang ada di jaringan tersebut.

Dalam jejaring sosial online maupun *website* tidak hanya para politikus saja yang dengan sengaja memasarkan partai atau calon legislatif yang akan bersaing di dalam pemilihan umum, akan tetapi masyarakat juga turut serta menanggapi situasi politik yang ada di Indonesia. Tidak hanya berkomentar mengenai keadaan politik Indonesia saja, akan tetapi masyarakat terkadang beraktifitas lebih jauh lagi dibandingkan di lingkungan yang

nyata. Aktifitas masyarakat akan menanggapi isu politik di dunia maya atau internet terkadang lebih terkesan berani, dimulai dari mencaci maki para dewan yang tertangkap basah korupsi dan meyuarkan aspirasi mereka.

Adanya aktifitas di dunia maya tersebut menjadi suatu alasan tersendiri untuk kalangan politisi menggunakan internet sebagai media kampanye. Pada akhirnya internet dan politik memiliki keterkaitan dan memberikan hubungan timbal balik tersendiri. Seperti apa yang digagas oleh Ilmuwan Politik Roelofs, politik merupakan suatu pembicaraan atau lebih tepatnya kegiatan politik adalah bicara. Oleh karena di dalam setiap tindakan politik selalu ada proses untuk melakukan suatu komunikasi, hal tersebut merupakan usaha manusia dalam berinteraksi guna memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut juga mendasari adanya teori sosial bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang di dalamnya terdapat proses hubungan (interaksi) antara satu dengan yang lainnya yang disebut dengan komunikasi (Nurudin, 2001).

Penggunaan internet sebagai media kampanye politik merupakan salah satu strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Hani Fidyanto. Baginya internet dimaknai sebagai salah satu media yang dapat membantu mengenalkan figur Hani Fidyanto sebagai caleg DPRD Kota Surabaya 2014. Hani Fidyanto menegaskan bahwasanya Partai Demokrat merupakan partai yang cerdas oleh karenanya segala media harus dipergunakan guna mempermudah kinerja kami.

Website suatu calon peserta pemilu juga merupakan contoh media yang dirasa aman dalam melakukan kampanye. Di internet, kampanye terhindar dari segala bentuk kekerasan fisik. Hal ini dikarenakan massa yang mengunjungi *website* dan jejaring sosial online tidak bertemu secara langsung atau bertatap muka dengan calon peserta pemilu. Pengunjung hanya berinteraksi dengan tim sukses dari depan layar komputer.

Dari internet juga dapat diketahui bagaimana tanggapan yang sesungguhnya dari masyarakat mengenai seorang yang akan turut serta dalam pemilihan umum. Keuntungan yang didapatkan oleh tim sukses dengan adanya media internet ini juga banyak, diantaranya publikasi gratis di jejaring sosial online *facebook* dan *twitter* dan publikasi dengan tarif yang terjangkau di *website*. Dengan hal tersebut, dapat meningkatkan daya jual dari Hani Fidyanto yang dipublikasikan melalui banner dan baliho. Disamping itu juga menurut Hani Fidyanto, penggunaan banner dan alat peraga lainnya juga tergolong membutuhkan biaya yang besar dan prosedur yang rumit dibandingkan dengan media kampanye melalui *website* dan jejaring sosial online.

Akan tetapi efektifitas penggunaan internet sebagai media kampanye ini dinilai hanya memiliki prosentase yang kecil. Hal ini dikarenakan penggunaan internet sebagai media kampanye terbilang baru dan partai politik sebagai instrument yang seharusnya memberikan pendidikan politik dinilai masih mengutamakan media konvensional seperti baliho dan berkampanye melalui kelompok pengajian.

Jika pada masa sebelumnya masyarakat modern lebih banyak menghabiskan waktunya dengan menonton televisi dan mendengarkan radio, kini masyarakat lebih sering menghabiskan waktunya dengan *browsing* internet, *chatting*, dan berjejaring sosial online. Internet bukanlah teknologi yang terpaut dengan umur, anak-anak, remaja, dan orang tua

kini telah merambah teknologi ini. Akan tetapi, penggunaan internet dan khususnya jejaring sosial online lebih banyak digunakan oleh kaum muda. Oleh karenanya kampanye di dunia maya lebih banyak ditujukan kepada kaum muda dan fenomena tersebut menjadi suatu strategi sendiri bagi para politikus yang akan bertarung untuk memasarkan partai atau dirinya sendiri.

Golongan muda atau pemilih pemula merupakan salah satu sasaran yang sulit untuk dijangkau. Hal ini dikarenakan pendidikan politik yang mereka dapatkan masih sedikit, sehingga tak jarang pemilih pemula tidak peduli akan keberadaan pemilu. Fenomena ini menjadikan pihak KPU untuk bekerja lebih keras lagi dalam mengkampanyekan pemilu kepada pemilih pemula, tidak hanya bicara soal kuantitas, akan tetapi harapannya kualitas suara pemilih pemula berlatar belakang oleh kesadaran akan berpolitik. Tidak hanya KPU saja, para calon legislatif juga tak kalah hebohnya memikirkan bagaimana mengambil simpati dari pemilih pemula. Hal ini merupakan masalah yang cukup sulit karena kecenderungan pemilih pemula adalah mengikuti apa yang menjadi kehendak pilihan orang tuanya. Sehingga, tak jarang para calon legislatif hanya membidik segmentasi ibu rumah tangga yang nantinya dipercaya akan melakukan suatu kampanye politik sederhana di lingkungan keluarganya.

Pemilih pemula cenderung lebih menyukai model kampanye yang modern karena mempermudah mereka dalam mencari suatu informasi terkait dengan calon yang akan berkontestasi dalam suatu pemilihan umum. Hal ini menjadi suatu landasan yang digunakan Hani Fidyanto untuk menggunakan internet (*website* dan jejaring sosial) dalam mengkampanyekan dirinya kepada masyarakat umum khususnya golongan muda.

Kota Surabaya yang bercirikan masyarakat kosmopolit seakan-akan telah memindahkan sebagian aktifitasnya dalam suatu jaringan yang berbasis digital. Kosmopolitan sendiri berarti mempunyai wawasan dan pengetahuan yang luas terjadi dari orang-orang atau unsur-unsur yang berasal dari berbagai penjuru dunia. Hal ini kemudian yang menjadi alasan bagi Hani Fidyanto yang hendak mencari suatu kekuasaan, tentunya dengan cara melakukan manajemen komunikasi di jaringan berbasis digital atau internet. Akan tetapi kampanye di dunia maya harus memiliki sebuah strategi yang baik dan pembagian tim yang baik dalam mengelola kampanye di dunia maya sangatlah dibutuhkan. Hal ini dikarenakan pemilik akun bukanlah orang satu-satunya yang dapat mengatur arah dari pembicaraan di akun tersebut.

Penutup

Adanya perkembangan teknologi menciptakan suatu masyarakat jaringan yang cenderung lebih banyak melakukan aktifitas di ruang yang terbuka, tanpa batas, dan berbasis digital. Dalam teori komunikasi yang dimunculkan oleh Manuel Castells, kemunculan masyarakat jaringan tersebut diiringi dengan adanya perkembangan teknologi berbasis digital yang menyediakan ruang yang bebas, terbuka, dan tanpa batas. Menurutnya adanya jaringan ini dapat memberikan peluang kepada para politisi tau aktor-aktor politik lainnya, yang ingin mengubah keadaan sosial atau persepsi publik guna tujuan tertentu atau meraih kekuasaan.

Adanya teori komunikasi kekuasaan ini juga membenarkan komunikasi merupakan salah satu unsur yang dapat digunakan untuk mendapatkan *power*. Hal ini yang menjadi alasan bagi Hani Fidyanto menggunakan internet sebagai salah satu media kampanye untuk memperkenalkan dirinya ke masyarakat. Hani Fidyanto yang diuntungkan dengan adanya masyarakat Kota Surabaya yang kosmopolit menyebabkan masyarakat Surabaya tidak asing lagi dengan aktifitas di jaringan berbasis digital, hal ini juga menjadi alasan Hani Fidyanto untuk mengubah pandangan masyarakat umum tentang adanya calon legislatif muda di Kota Surabaya yang tanggap terhadap isu sosial dan agama.

Penggunaan internet sebagai media kampanye dalam pemilihan anggota DPRD Kota Surabaya oleh tim sukses Hani Fidyanto bertujuan untuk mendapatkan tanggapan yang “senyatanya” dari para pengunjung akun miliknya. Hal ini dikarenakan mayoritas dari pengguna internet cenderung lebih berani dalam mengungkapkan aspirasinya karena tidak langsung berhadapan dengan orang yang bersangkutan. Disamping itu, internet dinilai sebagai media cerdas yang relatif ekonomis, sehingga dapat mengurangi biaya kampanye.

Adapun penyampaian pesan dalam kampanye Hani Fidyanto memiliki kecenderungan pada pesan berbentuk gambar untuk mempermudah komunikasi atau pengunjung akun dalam membayangkan sosok Hani Fidyanto. Hal ini karena gambar yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye adalah beberapa foto kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Hani Fidyanto dan tim suksesnya. Adapun bentuk penyampaian pesan kampanye berupa teks atau kajian sosial politik keagamaan, hanya menjadi pelengkap, dan skalanya lebih sedikit dibandingkan dengan pesan berupa gambar. Dalam menyampaikan pesan kampanye di internet, tim sukses Hani Fidyanto tidak memiliki aturan tempo untuk kampanye, sehingga tanggapan dari pengunjung akun kadangkala terabaikan dan malah menjadi bumerang bagi pencitraan Hani Fidyanto.

Daftar Pustaka

- Castells, Manuel. (2009) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, Manuel. (2000) *The Rise of The Network Society*. Victoria, Australia: Blackwell Publishing.
- Nurudin. (2001) *Komunikasi Propaganda*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Barnes. (1969) *Network and Political Process (Social Network in Urban Situation: Analisis Personal Relationship in Central Africa Town)*, dalam Mitchell, (ed). Manchester: University of Manchester Press: 55.
- Suhendra, Adi. *Media Sosial dalam Ruang Politik: Studi Fenomenologi Penggunaan Jejaring Sosial Online Sebagai Strategi Pemenangan Calon Gubernur Jokowi-Ahok di Pilkada Jakarta 2012*. M.Si. tesis, Universitas Airlangga, 2012.