



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Penggunaan Media Baru untuk Komunikasi Politik Pemerintah di Sumatera Barat

Yayuk Lestari¹, Diny Amenike², Alna Hanana³, Latifah Gusri⁴

^{1,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi-Universitas Andalas

²Program Studi Psikologi -Universitas Andalas

Kampus Unand Limau Manis, Padang-25163, Indonesia

lestari.yayuk11@yahoo.com¹, dinyamenike@yahoo.com², alnahana@gmail.com³,
latifahgusri@gmail.com⁴

Abstract

Activities via the internet, especially in the new media can be done by anyone and anywhere. Ordinary people can get involved in the public discourse being discussed. Public participation in new media can encourage cyber democracy, so that democracy can run well and effectively it is very important to develop strategies and models of use and adoption of technology in society in order to provide a more significant impact of public participation in new media. This paper is a preliminary result to see the dynamics of the use of new media such as social media and web as a means of political communication between government and society in western Sumatra. The research method used is qualitative approach followed by quantitative approach as additional data; data collection is done by observation, interview, documentation and questionnaire. Web West Sumatra Provincial Government is still making the new media as a means of image image of the institution compared to member information to the public. On the other side of the growing number of internet penetration in Indonesia, raising demands from the public that the government can use new media for the distribution of public information. Non-state political actors as part of political communications are also utilizing new media to channel their ideas and activities.

Keywords: New Media, Political Communication, Public Space, Cyber Democracy, West Sumatera.

Abstrak

Aktivitas lewat internet terutama di new media bisa dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja. Masyarakat biasa bisa ikut terlibat terhadap public discourse yang sedang dibicarakan. Public participation di new media bisa mendorong cyber democracy, agar demokrasi ini bisa berjalan dengan baik dan efektif maka sangat penting untuk menyusun strategi dan model penggunaan dan adopsi teknologi dalam masyarakat agar bisa memberikan dampak yang lebih signifikan dari public participation di new media. Tulisan ini merupakan preliminary result untuk melihat dinamika penggunaan media baru seperti media sosial dan web sebagai sarana komunikasi politik antara pemerintah dan masyarakat di Sumatera barat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif diikuti pendekatan kuantitatif sebagai data tambahan, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Web Pemprov Sumbar masih menjadikan media baru sebagai ajang pencitraan image institusi dibandingkan member informasi kepada publik. Satu sisi lain semakin tumbuhnya angka penetrasi internet di Indonesia, memunculkan tuntutan dari masyarakat agar pemerintah bisa

menggunakan media baru untuk penyaluran informasi publik. Aktor politik non negara sebagai bagian dari komunikasi politik turut memanfaatkan media baru untuk menyalurkan ide dan aktivitas mereka.

Kata Kunci: Media Baru, Komunikasi Politik, Ruang Publik, Cyber Democracy, Sumatera Barat.

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang sangat cepat, hampir setiap hari kita akan menemukan adanya perkembangan teknologi komunikasi terbaru, mulai dari aplikasi hingga device yang digunakan. Bukan hanya dari segi inovasi yang begitu cepat, namun masyarakat kita begitu cepat mengadaptasi teknologi terbaru ini. Salah satu contoh bagaimana cepatnya masyarakat kita mengadopsi teknologi bisa dilihat dari perkembangan smartphone yang sangat cepat di Indonesia. Kalangan muda menjadi pengadopsi teknologi yang otodidak atau biasa disebut digital immigrant. Tanpa perlu diajarkan para digital immigrant ini bukan hanya menjadi pengonsumsi media, namun bahkan mampu menjadi produser seperti aplikasi. Tak heran hampir setiap hari banyak aplikasi-aplikasi baru bermunculan. Salah satu keuntungan dengan adanya teknologi seperti internet ini adalah informasi yang mudah diakses dan cepat, masyarakat bisa mendapatkan informasi yang diperlukan lewat internet. Pada konteks komunikasi, e-government hadir sebagai salah satu cara yang digunakan pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan sekaligus mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan dan mengetahui informasi dan juga mempermudah urusan masyarakat terutama yang berkaitan dengan pemerintahan dan kependudukan.

Adanya smartphone dengan sistem IOS dan Android memungkinkan konvergensi media, yakni dengan smartphone memungkinkan satu device menggabungkan fungsi beberapa device lainnya, seperti computer, kamera, radio dan telepon itu sendiri. Apa yang dilalukan pengguna dengan smartphonenya? Apa yang berubah dengan adanya smartphone ini? Data dari survei

Pemerintah (Kominfo, 2010) dan dari IPSOS63, institusi independen yang melakukan riset pasar, mengkonfirmasi bahwa para pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna media sosial kelas berat: mereka paling sering mengunjungi media sosial ketika sedang online. Indonesia bahkan menempati urutan pertama di dunia dengan rata-rata 83 persen dari orang yang menggunakan internet juga menggunakan media sosial. Data dari survey yang dilakukan APJI (2012: 42) juga menunjukkan angka yang signifikan yakni 87,8 % pengguna internet di Indonesia melakukan membuka akun social network di internet.

Beberapa instansi dan pemerintah daerah di Indonesia sudah mulai memanfaatkan sosial media untuk berinteraksi dengan masyarakatnya. Misalnya Walikota Bandung, Ridwan Kamil mengintruksikan setiap dinas untuk aktif di dunia maya. Beberapa pemerintah kota dan daerah seperti Jogjakarta dan DKI Jakarta juga menggunakan sosial media untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Walaupun belum ada data pasti berapa pengguna di Sumatera Barat, namun dari data APJI (2012) menunjukkan angka penetrasi internet di Sumatera barat mencapai 24.41% atau 1,294,171 pengguna. Untuk Kota Padang sendiri angka penetrasinya mencapai 24.4% atau hampir sama dengan angka di Sumatera Barat, dengan jumlah pengguna sebanyak 223,000. Namun tingginya pengguna internet dan tingginya animo masyarakat dalam menggunakan social media ternyata tidak dibarengi dengan keinginan masyarakat untuk mengakses situs pemerintah, salah satunya adalah situs pemerintah provinsi Sumatera Barat (www.sumbarprov.go.id). Situs ini belum banyak menarik minat masyarakat untuk mengaksesnya. Dari wawancara awal dengan

beberapa mahasiswa peneliti menemukan bahwa banyak masyarakat yang belum mengetahui situs ini.

Tidak banyak informasi yang bisa didapat dari situs ini, informasi tentang perundangan dan kegiatan gubernur lebih mendominasi. Padahal masyarakat membutuhkan informasi seperti; syarat pengurusan akta kelahiran, KTP, Kartu Keluarga (KK). Belum diminatinya website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat bisa juga dilihat dari data di bawah ini. Data yang didapatkan dari situs Alexa (2017) ini memaparkan peringkat website Pemprov Sumbar di peringkat 2161, jika kita bandingkan dengan peringkat website Pemprov DKI Jakarta yang berada di posisi 272, maka website Pemprov jauh tertinggal. Salah satu faktor web Pemprov DKI Jakarta lebih baik adalah penetrasi internet yang lebih tinggi dan dari observasi awal peneliti melihat content dan layanan website Pemprov DKI Jakarta lebih baik, semua informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat tersedia, mulai dari pengurusan Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga hingga pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Tabel 1. Peringkat Website

NO	Provinsi	Indonesia Rank
1	DKI Jakarta	272
2	Jawa Barat	676
3	Sumatera Barat	2.161
4	Sumatera Selatan	7.860

Sumber: Alexa. Com (2017)

Penggunaan web dan media sosial sebagai media antara pemerintah dan masyarakat berinteraksi sangat diperlukan bukan hanya untuk mempermudah masyarakat memperoleh informasi namun juga menurut Schwester (2009) pemanfaatan media sosial seperti web dan media sosial adalah salah satu tanda adanya

dukungan politik dari masyarakat, karena masyarakat mempercayakan kepentingan mereka lewat web site yang disediakan oleh pemerintah. Keterlibatan masyarakat dengan isu-isu publik dimediasi oleh media, dengan potensi pengguna sosial media yang sebesar itu apa yang bisa dilakukan? Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana kesiapan masyarakat untuk mengadopsi teknologi ini? Bagaimana pemerintah sendiri bisa memanfaatkan peluang ini?

Tinjauan Pustaka

Media Baru

Media baru merupakan istilah yang dimaksudkan untuk menggambarkan transformasi media tradisional menjadi media digital yang dibantu dengan kekuatan teknologi. Secara sederhana *new media* berasal dari kata “New” yang berarti baru dan “Media” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana, 2008:70).

Keberadaan internet menjadikan istilah *new media* berkembang sangat pesat. Beberapa ahli seperti McLuhan dalam bukunya *Understanding Media: The Extension of Man* (1967) menyatakan bahwa hadirnya sebuah *new media* dapat membuat proses komunikasi menjadi global dan suatu saat informasi akan sangat terbuka bagi siapa saja dan dapat diakses oleh siapapun.

Menurut McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama dari *new media* adalah saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana. Inilah yang memungkinkan *new media* untuk menciptakan akses tanpa batas, kapan saja, dimana saja dengan menggunakan perangkat digital.

Media baru dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori oleh Denis McQuail (2011) yaitu: (1) Media komunikasi Interpersonal yang terdiri dari telephone, handphone, e-mail; (2)

Media bermain interaktif seperti komputer, videogame; (3) Media pencarian informasi yang berupa portal search engine

Media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan petukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunanya tidak semata-mata untuk alat namun juga menimbulkan emosional.

Oleh sebab itu, *social network* dapat dikategorikan kedalam *new media* karena termasuk kedalam media partisipasi kolektif yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar informasi, menjalin hubungan dengan pengguna lainnya tanpa bertatap muka.

Karakteristik *new media* menurut Lister (2009:13) adalah *Digitality* (Digital), *Interactive* (interaktif dan langsung), *Virtual* (memunculkan komunitas-komunitas), *Networked* (jaringan yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun), *Hypertext* (mengizinkan pengguna untuk mengakses teks lain hanya dengan mengklik satu teks, maka akan terdapat *link* yang terhubung dengan halaman dan teks berbeda), *Simulated* (representasi dari realita).

Berdasarkan karakter tersebut, twitter dapat digolongkan kepada aplikasi *new media* yang berbentuk *social network*. Twitter dapat diakses melalui jaringan internet berbentuk digital dengan tampilan menarik dan sederhana, sehingga penggunanya dapat bertukar informasi, dapat mengakses situs lain kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan koneksi internet.

Konsep Ruang Publik

Menurut Bennet dan Entman (2001) ruang publik- secara fisik atau virtual-adalah dimana masyarakat bisa melakukan pertukaran pendapat dan makna. Di ruang publik masyarakat bisa bertukar pendapat dan membahas sebuah persoalan yang menyangkut kepentingan bersama, karenanya dibutuhkan partisipasi masyarakat secara luas. Partisipasi dari semua masyarakat tentunya membutuhkan akses bagi masyarakat untuk bisa memasuki

ruang public, seperti diungkapkan oleh Habermas (1993) bahwa salah satu karakter public sphere adalah tiap masyarakat mempunyai akses yang sama.

Media massa seringkali ditempatkan sebagai publicsphere, masyarakat bisa membaca berita di surat kabar kemudian menuliskan pendapat mereka di opini atau surat pembaca. Namun media massa tradisional menurut Ramussen (2008) mempunyai keterbatasan dalam mengelola feedback, tidak semua feedback mampu untuk ditampung, sifat feed back juga tertunda, padahal kemampuan untuk menampung semua aspirasi inilah yang menjadi syarat terbentuknya public sphere. Berbeda dengan old media, new media khususnya media sosial mempunyai kemampuan untuk menyediakan sarana bagi masyarakat menyampaikan aspirasi mereka.

Dalam hal ini senada yang dikemukakan Habermas (1993) yang merumuskan unsur normatif dari ruang publik, yakni sebagai bagian dari kehidupan sosial, dimana setiap warga negara dapat saling berargumentasi tentang berbagai masalah yang terkait dengan kehidupan publik dan kebaikan bersama, sehingga opini publik dapat terbentuk. Ruang publik ini dapat terwujud, ketika warga berkumpul bersama untuk berdiskusi tentang masalah-masalah politik.

Media, Ruang Publik dan Komunikasi Politik

Menurut Dahlgren (2005) media harus menjadi penghubung komunikasi antara masyarakat dan pengambil keputusan, Dahlgren kemudian mengembangkan konsep Habermas dan membaginya ke dalam tiga dimensi, yakni: structural, representative dan interaksi. Pada dimensi structural merujuk pada kemampuan dari institusi tersebut yakni kemampuan dalam bidang ekonomi, organisasi media, regulasi dan kepemilikan. Pada konteks ini Dahlgren melihat bagaimana media tersebut mampu menjadi pengatur jalannya arus informasi. Dimensi berikutnya adalah representasi, hal ini mencakup kemampuan media untuk

memproduksi dan juga bagaimana pengaruhnya. Pada konteks ini peneliti akan melihat bagaimana kemampuan media dalam mengelola isu dan menjadikan pluralitas sebagai basis dalam memproduksi pesan. Dimensi yang terakhir adalah interaksi, Dahlgren membagi dua interaksi yakni interaksi masyarakat dengan media, yakni bagaimana proses komunikasi seperti penyamaan persepsi dan penggunaan media dan aspek kedua yakni interaksi masyarakat sendiri. Pada konteks publicsphere interaksi tidak hanya berhenti pada masyarakat dengan media namun juga dilihat bagaimana interaksi yang terjadi di dalam masyarakat.

Menurut Dahlgren (2005) media harus menjadi penghubung komunikasi antara masyarakat dan pengambil keputusan, Dahlgren kemudian mengembangkan konsep Habermas dan membaginya ke dalam tiga dimensi, yakni: structural, representative dan interaksi. Pada dimensi structural merujuk pada kemampuan dari institusi tersebut yakni kemampuan dalam bidang ekonomi, organisasi media, regulasi dan kepemilikan. Pada konteks ini Dahlgren melihat bagaimana media tersebut mampu menjadi pengatur jalannya arus informasi. Dimensi berikutnya adalah representasi, hal ini mencakup kemampuan media untuk memproduksi dan juga bagaimana pengaruhnya. Pada konteks ini peneliti akan melihat bagaimana kemampuan media dalam mengelola isu dan menjadikan pluralitas sebagai basis dalam memproduksi pesan. Dimensi yang terakhir adalah interaksi, Dahlgren membagi dua interaksi yakni interaksi masyarakat dengan media, yakni bagaimana proses komunikasi seperti penyamaan persepsi dan penggunaan media dan aspek kedua yakni interaksi masyarakat sendiri. Pada konteks publicsphere interaksi tidak hanya berhenti pada masyarakat dengan media namun juga dilihat bagaimana interaksi yang terjadi di dalam masyarakat.

Menurut Lilleker (2006) komunikasi politik harus melihat proses komunikasi politik di pemerintahan beserta aktor-aktor politik,

media dan konstituen. Ada tiga hal yang harus diperhatikan untuk bisa melihat proses yang terjadi, yakni pertama ruang publik tempat untuk berinteraksi membicarakan isu-isu publik, kedua peran aktor non-negara harus diberikan peran

Kedua, studi komunikasi politik juga harus memperhatikan peran aktor-aktor non-negara, bukan hanya untuk mengawasi dan mempengaruhi pemerintah, namun juga mengedukasi masyarakat terutama dalam isu-isu publik. Ketiga, peran media juga kian penting dalam menyampaikan pesan-pesan dan informasi kepada publik. Kehadiran media baru memungkinkan actor politik untuk berinteraksi langsung dan dua arah dengan masyarakat.

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara sistematis yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam proses identifikasi dan penjelasan fenomena sosial yang tengah diteliskanya (Somantri, 2005:57). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan kuantitatif sebagai pelengkap data. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Pada awal penelitian, penulis melakukan observasi terhadap web pemerintah provinsi Sumatera Barat (sumbarprov.go.id). Tidak ditemukannya akun media sosial resmi pemerintah Provinsi Sumatera Barat menjadikan web Pemprov Sumbar sebagai acuan utama dari penelitian ini, namun ketiadaan media sosial pemprov Sumbar tentunya menjadi catatan tersendiri di dalam tulisan ini.

Teknik pengumpulan data dengan observasi di dilakukan untuk melihat lay out, content dan interaksi yang ada di web sumbarprov.go.id. Setelah dilakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi di web sumbarprov.go.id kemudian penulis melakukan survey untuk melihat bagaimana adopsi teknologi masyarakat terhadap

penggunaan e-government, salah satu aspek yang dilihat adalah media baru sebagai saluran komunikasi politik. Pada tulisan ini kuesioner hanya menjadi pelengkap data kualitatif saja karena hanya menggunakan data kuantitatif untuk melihat konsumsi media responden dan seberapa sering mengunjungi web Pemprov Sumbar. Selanjutnya setelah pengumpulan data penulis melakukan wawancara sebagai data tambahan kepada beberapa orang responden. Wawancara ini untuk mendapatkan data tentang bagaimana pandangan atau persepsi informan tentang penggunaan media baru untuk komunikasi politik di pemerintahan provinsi Sumatera Barat. Untuk memperkuat data penulis mengumpulkan data dokumentasi berupa jumlah pengguna internet dari beberapa dokumentasi dan data dokumentasi berupa peringkat website beberapa pemerintah provinsi di Indonesia.

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif, yang mana jenis ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti telah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori) yang telah dimiliki peneliti sebelumnya, peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya (Kriyantono, 2006 :69).

Hasil Penelitian

Penulis telah melakukan penelitian tentang bagaimana kontribusi media untuk sebagai penyampai informasi dan media untuk berdiskusi. Penelitian yang sudah peneliti lakukan Lestari (2015) menemukan bahwa saat ini SDM dan beban kerja banyak diperuntukkan untuk pengoptimalan web terutama dikarenakan adanya Undang-Undang yang mewajibkan setiap institusi pemerintah untuk mengoptimalkan penggunaan web. Namun sayangnya content web dan social media yang ada lebih banyak untuk publikasi kegiatan-terutama kepala daerah- dibandingkan sebagai

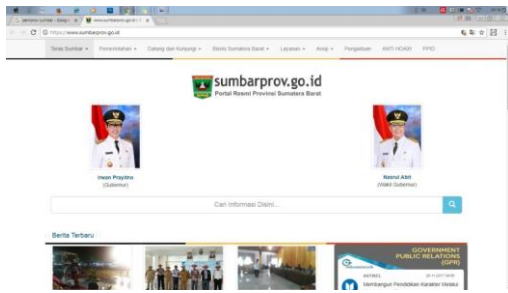
sarana yang efektif bagi humas pemerintah dalam menyampaikan informasi.

Hal lain yang menjadi kelebihan dari media baru adalah kemampuannya untuk menghapus *psychological barrier*. Masyarakat Indonesia sendiri seperti halnya sebagian masyarakat timur memiliki rasa keengganan yang tinggi untuk mengemukakan pendapatnya terutama jika berhadapan dengan orang yang dianggap lebih tinggi strata sosialnya atau umur yang lebih tua terutama jika komunikasi dilakukan secara tatap muka. Keengganan dan kesungkungan dalam berkomunikasi menyebabkan kita enggan untuk mengungkapkan pendapat atau opini apa sesuai dengan keinginan kita. Kesetaraan kedudukan di *Social network* menghapus *psychological barrier* dan dapat mendorong pelibatan publik dalam sebuah perdebatan dari topik-topik yang dikemukakan menjadi sangat terbuka. Pembentukan opini menjadi beragam, masyarakat juga tidak merasa segan menyampaikan opininya, keadaan ini bisa menciptakan ruang publik untuk terbentuknya diskusi dengan partisipan yang lebih luas. Semua pengguna bisa terlibat dan membuka diri untuk memberi tanggapan, terlibat dalam diskusi.

Media sosial dan web sebagai ruang publik

Pemerintah sebagai lembaga publik seharusnya bisa memanfaatkan media baru untuk membentuk publisitas ataupun melakukan komunikasi dan interaksi dengan masyarakat. *Social network* bukan saja lebih interaktif namun juga berbiaya minim, dibandingkan jika pemerintah harus memasang iklan di media massa atau baliho sebagai sarana penyebar informasi. Karenanya, *social network* adalah seperti yang dicetuskan oleh Habermas (1993), sebagai ruang public, aspek keterbukaan dan kemudahan akses menjadikan semua masyarakat bisa melakukan interaksi. Media sosial dan web sebagai saluran komunikasi politik memerlukan biaya yang murah, sifatnya yang *two way communication* dan jangkauan yang luas menjadikan social

network sarana yang efektif bagi humas pemerintah kota dalam menyampaikan informasi.



Gambar 1. Page front web Pemprov Sumbar (sumbarprov.go.id)

Sumber: www.sumbarprov.go.id (2017)

Dari segi *content* di web pemprov Sumbar masih didominasi dengan kegiatan pemimpin kepala daerah, bukannya informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Padahal dari hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan, masyarakat beranggapan bahwa keberadaan social network tersebut sangat penting dan signifikan bagi hubungan masyarakat dan pemerintah. Namun, isinya haruslah berisi tentang hal-hal yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat, bukannya sesuatu yang berisi tentang kepentingan kepala daerah. Memang sejak pilkada dilakukan secara langsung, kepala daerah berlomba-lomba untuk mempromosikan dirinya melalui berbagai sarana media, salah satunya media sosial dan web yang dikelola oleh pemerintah daerah setempat.

Data dari kuesioner yang sudah dilakukan menunjukkan kecenderungan responden hanya mengakses web pemprov Sumbar dalam setahun sebanyak 1-2 kali. Intensitas responden yang pernah mengakses website pemprov Sumbar yang pernah mengakses web tersebut 1-2 kali adalah sebanyak 57%, 19% lainnya pernah mengakses sebanyak 3-4 kali, sedangkan yang mengakses 7-8 kali hanya 2%. Dari data ini bisa kita lihat mayoritas responden (57%) hanya mengakses website sebanyak 1-2 kali selama jangka waktu satu tahun. Rendahnya angka intensitas responden juga memperlihatkan web tersebut belum menjadi

referensi utama untuk keperluan mengakses informasi publik bagi masyarakat.

Tabel 1 Intensitas Mengakses Web Pemprov Sumbar

Intesitas	Jumlah	%
1-2 Kali	57	57
3-4kali	19	19
5-6 kali	6	6
7-8 kali	2	2
Lebih dari 8 kali	16	16
Total	100	100

Sumber: Data Sekunder Peneliti (2017)

Yang menarik adalah pada salah satu tautan web Pemprov Sumbar terdapat page Anti Hoax, yang memuat statement politik pemerintah provinsi Sumatera Barat. Pernyataan politik itu sendiri sebenarnya tidak berkaitan langsung dengan kondisi di Sumatera Barat, misalnya tentang kondisi politik pilkada di DKI Jakarta yakni tentang pidato Ahok di Pulau Seribu yang pada akhirnya menimbulkan kontroversi.

Walaupun pengguna internet masih didominasi kalangan muda, namun penggunaan internet sudah cukup meluas dan biaya alat serta akses terjangkau oleh masyarakat. Faktor budaya dan psikologis membuat masyarakat masih enggan untuk berpartisipasi langsung dalam pembentukan wacana di social network. Pembentukan opini menjadi beragam, masyarakat juga tidak merasa segan menyampaikan opininya, keadaan ini bisa menciptakan ruang publik untuk terbentuknya diskusi dengan partisipan yang lebih luas. Sayangnya walaupun pemerintah Provinsi Sumatera Barat sudah menggunakan web, namun media sosial belum digunakan. Media sosial yang mengatasnamakan pemerintah Provinsi Sumatera Barat bisa dilihat di twitter dan facebook, sayangnya akun media sosial itu bukan akun resmi.

Dari beberapa informan yang peneliti wawancarai menunjukkan ada dua kecenderungan. Pertama masyarakat yang menginginkan pemerintah aktif di media sosial,

salah satu contohnya adalah Andi, warga kota Payakumbuh. Yang menyadari pentingnya penggunaan social network bagi pemerintah agar bisa berinteraksi dengan masyarakat, ia menilai social network penting bagi masyarakat ketika ingin menyampaikan opini mereka. Andi melihat, masyarakat belum mengerti jika ingin menyampaikan opini harus bertindak seperti apa. Dengan adanya internet maka mempermudah masyarakat untuk berhubungan dengan pemerintah. Namun, informan menyadari tidak semua kalangan yang mampu dan bisa menggunakan social network. Pernyataan Andi sesuai dengan temuan APJII (2012) yang menyatakan usia di atas 34 tahun merupakan usia yang belum akrab dengan teknologi, seperti misalnya salah satu informan yang tinggal di Kota Pariaman, Nurhitma (41 tahun), yang mengerti pentingnya social network namun ia mengakui tidak bisa menggunakan social network. Usia di bawah 34 tahun disebut sebagai digital native, kelompok tersebut mengadopsi teknologi tanpa harus diajari, sedangkan usia di atas 34 tahun disebut digital immigrant, kelompok dimana mereka mendapat pengetahuan teknologi dengan belajar kepada orang lain atau mereka butuh waktu lama mengadopsi teknologi tersebut.

Riri (21 tahun) seorang mahasiswa di Universitas Andalas yang juga warga Kota Payakumbuh, melihat pemerintah belum berminat merangkul anak muda untuk turut berpartisipasi dalam isu publik, hal ini ia lihat ketika pemerintah tidak hadir di dunia maya, dunia yang notabene akrab dengan dunia maya. *“Mungkin karena pegawai pemerintah banyak yang berusia tua, jadi mereka belum mampu menggunakan social network”*. Riri melihat tindakan pemerintah tersebut juga dilatar belakangi oleh belum mampunya pemerintah mengadopsi perkembangan teknologi komunikasi:

Aktor politik non negara

Keterlibatan aktor politik non negara di Sumatera Barat dengan menggunakan media sosial telah memberikan kontribusi terhadap

isu-isu sosial terutama pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Namun aktivitas ini belum memperlihatkan kaitan dengan program yang ada di pemerintah. Kegiatan yang ada merupakan bagian dari jaringan nasional, namun belum terlihat adanya jaringan antar komunitas lokal. Sayangnya, dari hasil wawancara dan observasi terlihat bahwa gerakan –gerakan tersebut masih berdiri sendiri, belum mempunyai jaringan antar relawan.

Kehadiran new media memberikan kesempatan baru dan lebih luas bagi anak muda untuk beropini, berkoordinasi dan juga melakukan kegiatan nyata. Sosial media yang dipilih adalah instagram dan twitter. Dua sosial media ini dipilih karena kebanyakan anak muda memilih menggunakan dua media sosial ini dan mulai meninggalkan facebook. Instagram lebih banyak disukai karena identik dengan foto, bagi mereka kehadiran satu foto sudah bisa menggambarkan kondisi atau pendapat mereka.

Namun walaupun pada dasarnya aktor politiknya non negara mempunyai keterlibatan dengan isu-isu publik di masyarakat, dari hasil wawancara penulis dengan beberapa tokoh komunitas di Sumatera Barat memilih untuk tidak berhubungan langsung dengan pemerintah, seperti komunitas 1000 Guru Sumbang. Kehadiran komunitas 1000 guru sendiri pada dasarnya ingin mengisi ketidakhadiran pemerintah di dunia pendidikan di daerah pelosok. Pada konteks ini menyambung dengan pernyataan sebelumnya bahwa mereka berusaha menghindari konten politik dan berhubungan dengan pemerintah. Seringkali gerakan sosial berusaha untuk melibatkan pemerintah atau meminta dana dari pemerintah. Gerakan sosial di internet lebih banyak berusaha untuk mandiri dan tidak meminta bantuan apapun dari pemerintah. Hal ini juga untuk menunjukkan kepada pemerintah bahwa mereka mampu melakukan sesuatu yang mereka rasa pemerintah kurang memberi perhatian.

Menurut Gladwell dan Shirky (2011) media sosial berkontribusi dalam mengakhiri

hubungan tradisional yang selama ini terjadi antara pengambil keputusan (dalam konteks ini pemerintah) dan publik, membuat kelompok yang selama ini tidak mempunyai atau dibatasi aksesnya untuk berkolaborasi, berkoordinasi dan memberikan suara mereka. Bukan hanya akses kepada pemerintah yang terbuka tapi juga akses kepada masyarakat lain sehingga bisa saja terjadi gerakan sosial atau politik yang akan meluas mejadi gerakan social secara nyata. John Baglow (2011: 2) juga melihat bahwa teknologi baru seperti halnya social network membuat hubungan antar manusia menjadi egaliter, instan, tidak dibatasi dan tidak ada keterikatan (individu bisa masuk atau keluar kapanpun), anonym dan nonlinear. Kehadiran 1000 guru juga salah satunya untuk “menyentil” pemerintah. Komunitas anak muda ini ingin menunjukkan kepada pemerintah bahwa tanpa pemerintah mereka bisa berkontribusi pada dunia pendidikan. Karenanya 1000 guru tidak ada keinginan untuk meminta bantuan kepada pemerintah atau melakukan koordinasi. Dana untuk kegiatan mereka kumpulkan dari donator yang bersedia membantu dan juga dari dana relawan 1000 guru.

Kesimpulan

Ketika politik nasional menikmati semua akses ke media, modal yang lebih besar, komunikasi politik lokal masih mempunyai akses yang terbatas ke media. Dengan adanya media baru seperti web dan media sosia, komunikasi antara pemerintah dan masyarakat bisa dilakukan dengan *two way communication*. Masyarakat sudah memahami pentingnya pemerintah mempunyai social network agar bisa berkomunikasi dengan masyarakat. Karena itu penting bagi pemerintah untuk mampu menggunakan media baru sebagai media komunikasi politik dengan masyarakat. Content media baru pemerintah provinsi Sumatera Barat mayoritas berisi tentang aktivitas kepala daerah dibandingkan informasi publik yang notabene lebih dibutuhkan oleh masyarakat.

Salah satu hasil dari penggunaan media adalah bermunculannya kounitas-komunitas yang peduli dengan isu publik. Sayangnya keterlibatan aktivitas ini belum memperlihatkan kaitan dengan program yang ada di pemerintah. Kegiatan yang ada merupakan bagian dari jaringan nasional, namun belum terlihat adanya jaringan antar komunitas lokal.

Saran

Adanya pelatihan untuk memantapkan admin sebagai sumber daya manusia bagian humas. Pelatihan diperlukan supaya admin mampu mengemas pesan komunikasi dengan baik. Admin juga harus mampu memancing partisipasi masyarakat, sehingga tercipta *two way communication*, antar admin-masyarakat dan masyarakat-masyarakat lain. Pesan atau informasi yang diunggah harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Informasi yang berhubungan tentang kegiatan pemerintah boleh juga dimasukkan, namun informasi yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat harus mendapat porsi lebih besar. Untuk merumuskan dan membuat strategi ruang publik media baru perlu dilakukan diskusi terfokus antara pemerintah dan masyarakat. Setelah strategi sudah dirumuskan bersama, maka strategi tersebut diujicobakan sebelum diterapkan pada bidang Humas sebagai pihak pelaksana di tataran pemerintah daerah.

Acknowledgement

Tulisan ini merupakan bagian dari penelitian “Analisa Website Pemprov Sumbar” yang dibiayai oleh DIPA-Unand Tahun Anggaran 2017

Daftar Pustaka

- APJII. 2012. APJII. Retrieved from <https://apjii.or.id/download/file/PROFILPENG GUNAINTERNETINDONESIA2012>
- Baglow, J., 2011. For the Arab Spring, the Medium is the Message. The Mark. [Internet] 29 Jul. Available at: <http://www.themarknews.com/articles/6230->

[for-the-arab-spring-the-medium-is-the-message?page=2](#)

Bennett, W. L., & Entman, R. M. 2001. *Mediated politics: An introduction. Mediated politics: Communication in the future of democracy, 1*, 1-30. McQuail, D. 2011. *Teori komunikasi massa* (Vol. 1). Salemba Humanika.

Castells, M. 2008. *The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 616*(1), 78-93.

Dahlgren, L. 2005. *The Habermasian Public Sphere: Taking Difference Seriously? Theory and Society* 34 (2): 111-136.

Gladwell, M., & Shirky, C. 2011. *From innovation to revolution: Do social media make protests possible?. Foreign Affairs, 90*(2), 153.

Habermas, Jürgen. 1993. *Further reflections on the public sphere*, in Craig Calhoun (red): *Habermas and the public sphere*, Cambridge, MA & London: MIT Press, s 421-461

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Lestari, Yayuk. 2014 *The Structural, Representation, and Interaction Aspects of Governmental Social Networking Account. Jurnal IPTEK-KOM, 16*(2), 121-132.

Lilleker, D. G. 2006. *Key concepts in political communication*. Sage.

McLuhan, M., & Fiore, Q. 1967. *The media is the message. Understanding Media: The Extensions of Man*.

Mulyana, D. (2008). *Komunikasi massa: kontroversi, teori, dan aplikasi*. Widya Padjadjaran.

Rasmussen, Terje, 2008. *The Internet and the Differentiation of Public Sphere, Nordicom Review: Nordic Research on Media and Communication, 29*(2), pp 73-84

Shirky, Clay. “*The Political Power Of Social Media : Technology, The Public Sphere, and Political Change*”. *Foreign Affairs* (2011): pp. 6.

Silverstone, Roger. 2007. *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*, Cambridge: Polity.

Somantri, Gumilar Rusliwa. 2005. “*Memahami Metode Kualitatif*” *MAKARA, SOSIAL HUMANIORA, VOL. 9, NO. 2, DESEMBER 2005: 57-65* 57

Internet:

<https://www.alexacom> (2017)

<https://www.sumbarprov.go.id/> (2017)