**RUANG PUBLIK VIRTUAL: RUANG YANG DIPEREBUTKAN**

*Nurul Hasfi*

*Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP*

*Jl. Prof Sudarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah*

*uul58@yahoo.com*

***ABSTRAK***

Pilpres RI 2014 menjadi saksi bagaimana sosial media dipakai sebagai alat diskusi deliberatif yang dinamis dalam sejarah pilpres di Indonesia. Fenomena ini sekilas memperkuat thesis bahwa ruang publik virtual telah meningkatkan partisipasi politik. Namun mungkin pernyataan itu terlalu tergesa-gesa karena selain diskusi yang membangun proses komunikasi politik, media baru ini justru menumbuh-suburkan praktek-praktek diskusi patologis. Twitter menjadi tempat dihembuskannya opini-opini yang mengarah ke kampanye negatif, kampanye hitam hingga propaganda. Isu-isu sensitif agama dan ras menjadi alat komoditas politik yang membahayakan integrasi bangsa. Twitter yang memberikan otonomi khusus pada setiap warga untuk berkomunikasi secara terbuka, kenyataannya tidak selalu serta merta memberikan jaminan terbangunnya demokrasi yang lebih baik. Tak begitu berbeda dengan ruang publik dalam konteks media tradisional, twitter juga menjadi ruang yang diperebutkan untuk mencapai kepentingan-kepentingan kelompok tertentu.

*Kata kunci: ruang publik, twitter, sosial media, pilpres 2014*

**Pendahuluan**

Ruang publik (*public sphere*) merupakan sebuah konsep kunci yang penting untuk memahami sebuah negara demokrasi seperti Indonesia. Disinilah masyarakat warga (*civil society*) menghasilkan opini publik (*public opinion*) untuk mempengaruhi berbagai kebijakan negara. Konsep yang disampaikan Habermas dalam bukunya *Structural Transformation of The Public Sphere* ini, menekankan bahwa ruang publik merupakan ruang bagi diskusi kritis, terbuka bagi semua warga untuk membentuk sebuah ‘nalar publik’ yang kemudian dipakai untuk pengawasan terhadap kekuasaan negara.

Berangkat dari sebuah tempat berupa *café* dan *literary salon* yang didefinisikan oleh Habermas sebagai ‘ruang publik borjuis’ di abad ke-18 di Ing gris, Perancis dan Jerman, atau Polis Yunani yang dideskripsikan Hannah Arent, kini situs yang disebut sebagai ruang publik mengalami perkembangan dan transformasi. Diawali dari buku, jurnal dan surat kabar setelah ditemukannya mesin cetak, perkembangan teknologi media di abad ke-20 telah memunculkan wacana tentang bentuk-bentuk baru ruang publik dalam konteks media massa elektronik seperti radio dan televisi. Disini pula Habermas berargumen tentang ‘kemerosotan ruang publik’ yang diantaranya disebabkan oleh pertumbuhan kapitalisme media, negara kesejahteraan dan budaya konsumsi massa. Internet yang muncul di abad 21 – yang menjadi harapan alternatif ruang publik baru – pada kenyata annya tidak bisa lepas dari kritik serupa.

Walaupun Habermas telah berjasa dalam memfokuskan perhatian pada hakikat dan transformasi struktural ruang publik, namun ide tentang ruang publik banyak menuai kritik dari para ilmuwan. Mereka menganggap Habermas terlalu mengidealkan ranah publik borjuis di awal-awal perkembangannya, hingga menyebut bahwa ruang publik telah usang dan bahkan tidak pernah ada. Dalam ‘ruang publik borjuis’ Habermas dianggap hanya menyebut kelompok tertentu yaitu kaum pria, pemilik properti, berkulit putih dan menyisihkan kelompok lain yaitu perempuan, kelas pekerja, dan kelas bawah lainnya. Ini pula yang menjadi perdebatan para ilmuwan hingga saat ini, hingga muncul wacana bahwa sebenarnya ruang publik yang disebut Habermas tidak pernah ada.

360

Namun, tulisan ini berusaha menghindari perdebatan tentang kritik atas ruang publik tersebut. Penulis memiliki pandangan bahwa di era teknologi digital, mendiskusikan tentang ada tidaknya ruang publik justru tidak produktif. Akan lebih penting berdiskusi mengenai bagaimana kemungkinan-kemungkinan berbagai media komunikasi berfungsi sebagai ruang publik, atau mencari berbagai jenis ruang publik dalam berbagai konteks. Priyono (2010) berpandangan meski kita tidak lagi perlu menyelamatkan ruang publik yang carut-marut karena kapitalisme, namun perlu untuk memahami adanya dinamika corak ‘ruang publik’ yang berevolusi. Jadi ruang publik selalu diharapkan untuk ada, karena ketika masyarakat tak lagi memiliki keinginan untuk menghidupkan ‘ruang publik’ maka masyarakat sedang berhenti menghendaki hidup bersama. Sementara itu, Douglas Kellner beranggapan masyarakat teknologi-kontemporer membutuhkan perumusan ulang dan perluasan tentang ranah publik yang melampaui konsep Habermas. Usman (2014) menyebut hasil-hasil penelitian mutakhir di negara-negara berkembang yang masih bergulat dengan kolonialisme baru bahkan menemukan konsep ruang publik ‘baru’ yang lebih kompleks daripada yang pernah dit awarkan oleh Habermas pada abad 19.

**Ruang Publik: Pandangan Teoritis**

Ruang publik adalah konsep yang disampaikan oleh Habermas pada tahun 1989 dalam bukunya *‘The* *Structural Transformation of the Public Sphere: An Iquiry into a Categry of Bourgeois Society’* . Ruangpublik itu merupakan ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu (private people) – dalam konteks kalangan borjuis – yang diciptakan untuk me wacanakan sesuatu dan sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik (Habermas, 1962/1989:27). Ranah publik borjuis dalam penafsirannya muncul sekitar tahun 1700 berfungsi untuk menjembatani keprihatinan privat individu dalam kehidupan sosial, ekonomi dan keluarga yang dihadapkan pada tuntutan dan keprihatunan kehidupan sosial dan publik. Ini termasuk fungsi menengahi kontradiksi antara kaum borjuis dan proletar, mengatasi kepentingan-kepentingan dan opini pribat guna menemukan kepentingan-kepentingan bersama dan untuk mencapai konsensus yang bersifat sosial. Ranah publik ini terdiri dari organ-organ informasi dan perdebatan politik seperti surat kabar dan jurnal, serta institusi diskusi politik seperti parlemen, klub, balai pertemuan dan ruang-ruang publik lain dimana diskusi sosio politik berlangsung. Ruang publik yang diangkat Habermas adalah ruang bagi diskusi kritis, terbuka bagi semua orang yang berkumpul membentuk sebuah publik dinana ‘nalar publik’ bekerja sebagai pengawas keku asaan negara.

Setelah membuat sketsa model ranah publik borjuis, opini publik, Habermas kemudian menganalisis kemunduran ruang publik ini di abad ke-20 yaitu bangkitnya kapitalisme negara, industri udaya dan posisi yang semakit kuat di pihak perusahaan ekonomi dan bisnis besar dalam kehidupan publik. Dalam ulasannya, ekonomi dan organisasi pemerintah telah mengambil alih ruang publik dimana warga negara hanya diberi kekuasan untuk menjadi konsumen bagi barang, layanan, administrasi politik dan pertunjukan publik. Jadi menurut Habermas, pada tahap awal perkembangan borjuis, opini publik dibentuk oleh konsensus dan perdebatan politik terbuka berkaitan dengan kepentingan bersama dalam upaya membentuk konsensus yang menghargai kepentingan umu. Sementara itu di era kapitalisme opini publik diatur oleh elit politik, ekonomi, media yang memegang sistem kontrol. Disini pula teori tindakan komunikatif (1981) muncul untuk mengkritik proses demokrasi sepihak yang dipimpin oleh kekuatan rasinalisasi ekonomi dan administratif. Aspirasi Habermas ini memposisikannya sebagai pengkritik atas kemerosotan ruang publik di masa kontemporer dan imbauan pembaruhan demokrasi. Menurutnya demokrasi hanya berkembang subur apabila institusi-institusi memungkinkan warga negara untuk memperdebatkan masalah-masalah yang menjadi kepentingan publik. Aktor dibekali kapasitas wacana, mengakui persamaan sosial dasar antar satu dengan yang serta pembicaraan mereka tidak terdistorsi oleh ideologi aktor kainnya.

Ruang publik terkait erat dengan berbagai konsep seperti demokrasi, opini publik, partisipasi politik dan komunikasi politik. Hardiman (2010; 8) mengatakan bahwa ruang publik merupakan konsep kunci untuk memahami demokrasi dalam masyarakt kompleks yang terglobalisasi di awal abad ke-21. Ruang publik dibentuk oleh masyarakat warga (*civil society*) yang saling menghormati atas hak satu sama lain. Istilah ruang publik memiliki arti normatif, yakni mengacu pada peranan masyarakat warga dalam demokrasi. Ruang publik dalam arti normatif – diseb ut juga ruang publik politis – adalah suatu ruang komunikasi para warga untuk ikut mengawasi jalannya pemerintahan. Ruang publik berkait erat dengan komunitas bahasa dan akal sehat yang terbentuk melewati interaksi dan komunikasi sosial.

Ruang publik, berakar dari definisi Immanuel Kant tentang Pencerahan sebagai perubahan sikap manusia dari ketergantungan pada tuntutan otoritas menuju pada kemandirian berfikir dan menggunakan akalnya secara publik menyiratkan pengertian ‘publik’ pada abad ke-18. Dalam konteks berdemokrasi,

361

maka publik bukan lagi pejabat atau institusi politis, melainkan masyarakat warga (*civil society*) yang kritis dan berorientasi pada kepentingan moral universal umat manusia. Jadi, pernyataan-pernyataan seorang cendekiawan, sastrawan atau penulis yang menyangkut kepentingan moral universal itu harus disebut ‘publik’, sementara pernyataan yang penuh d engan kepentingan parsial dari para pejabat politis disebut ‘privat’, sekalipun publik kerap digunakan untuk membenarkan maksud-maksud privat itu.

Jadi dalam hal ini, masyarakat warga (*civil society*) berpasangan dengan konsep ruang publik. Masyarakat warga adalah tujuan kepublikan, dan masyarakat warga adalah para aktor komunikasi dalam ruang publik (Hardiman, 2010; 9). Masyarakat warga (civil society) bisa ditelusur dari berbagai ahli yang membahasnya dari John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Hegel dan Gramsci. Locke menekankan pada masyaraka warga yang melakukan kontrol terhadap kekuasaan negara, sementara Rousseau pada partisipasi aktif dalam proses-proses demokratis langsung. Karena peran aktif dalam demokrasi langsung muncul kendala, maka Hegel menawarkan pemahaman berbeda yaitu masyarakat warga dimengerti sebagai wilayah tersendiri yang tidak langsung terkait dengan politik dan merupakan ruang gerak pada aktor yang mengejar kepentingan diri. Dalam pemikitannya, Hegel menyebut masyarakt warga kehilangan peran politisnya dalam perubahan sosial yang kemudian dibangkitkan kembali dalam pemikiran neo-Marxis abad ke-20 khususnya dalam pemikiran Gramsci. Saat itu masyarakat warga justru menjadi arena kepentingan politis dan hegemoni kelompok-kelompok untuk merebut kekuasaan negara.

Masyarakat warga (*civil society*) adalah hal yang penting dalam perbincangan tentang ruang publik karena ruang publik adalah panggung bagi gerakan-gerakan partisipasi politis dalam negara hukum demokratis, sementara aktor-aktor gerakan ini tidak lain adalah para anggota masyarakat warga (Hardiman, 2010; 10). Mereka adalah individu-individu dalam sebuah komunitas politis yang memiliki hak sebagai warga negara termasuk didalamnya hak melakukan partisipasi politik. Hasil pemikiran mereka dalam berpartisipasi dalam politik ini disebut opini umum (*public opinion*). Opini umum (Hardiman, 2010; 12). bisa dibayangkan sebagai kumpulan pandangan-pandangan, pendapat-pendapat, ide-ide, penilaian-penilaian yang berlaku di dalam masyarakat luas dan semua ini seolah-olah bertahan dalam ruang dan waktu, yakni memiliki taraf obyektifitas tertentu.

**Ruang Publik Virtual**

Hardiman (2010; 7) menyebut, pada perkembangannya yang disebut media sebagai sarana untuk memberikan ruang kepada publik untuk berbicara meliputi surat kabar, televisi, radio, majalah, iklan, mural, karikarur, hingga perkembangan terbaru yaitu ruang maya (*cyberspace*). Hardiman (2010; 198) menyebut jejaring komunikasi dalam *cyberspace*, entah itu lewat komputer atau telepon selular dewasa ini telah menunjukkan tingkat keperdulian tertentu terhadap persoalan-persoalan publik, sehingga *cyberspace* juga dapat menjadi salah satu jenis ruang publik dala era teknologi informasi dan komunikasikontemporer. Kemunculan *cyberspace* dianggap sebagai sesuatu yang berdampak besar pada partisipasi demokratis warga, sehingga turut memperluas pengertian ruang publik. Supelli (2010; 329-348) mengajak kita memikirkan kemungkinan partisipasi demokratis di dunia maya. Bisa dibilang ini adalah sosok mutakhir ruang publik digital yang bisa jadi memberikan solusi kebuntuan ruang publik yang porak poranda akibat kekuatan-kekuatan pasar di berbagai area kehidupan.

Menurut Supelli internet yang mempesona karena merupakan kombinasi dari berbagai ruang nyata seperti perpusatakaan, galeri, bioskop, papan iklan, pos, bank dan lain sebagainya telah memungkinkan orang masuk untuk bertindak di dalamnya sehingga memunculkan komunitas maya (*cybercommunity*). Di ruang maya ini orang menemukan sebuah dunia baru yang oleh Gibson (1988: 49, dalam Supelli, 2010: 337) sebagai ‘kerangkeng tak terhingga’ dimana kita bisa mengembara tanpa ujung dan tanpa batas namun memenjarakan kita ke kawasan non fisik hingga sulit membebaskan diri. Ruang maya ini digunakan oleh kenyataan maya (virtual reality) untuk merepresentasikan ruang fisik, namun disisi lain ruang maya justru menarik pengguna menjauhi tubuhnya sendiri. Ini pula yang menjadi tantangan ruang publik virtual dalam menjalankan perannya, ketika manusia dalam sebuah relasi sosial yang termediasi oleh komputer (Computer Mediated Communication) dimana orang berhadapan secara tidak langsung, dengan identitas yang bisa disamarkan, data-data yang bisa dimanipulasi dan berbagai tingkah yang begitu berbeda dengan ruang nyata.

Barber (2006: 6) menyebut bahwa diskusi online sangat relevan dengan konsep dan esensi demokrasin dalam konteks membentuk hubungan antara pemimpin dan warga negara dan juga antar warga negara. Sebelumnya Dewey (1991) berargumen bahwa masalah demokrasi adalah kurangnya kesempatan warga untuk berkomunikasi satu sama lain. Struktur horizontal internet yang menghubungkan warga satu sama lain telah memberikan peluang munculnya debat. Disinilah esensi

362

demokrasi muncul, saat warga memiliki kapasitas dan kesempata yang sama dalam berkomunikasi. Dahberg (2001) adalah peneliti lain yang menyadari potensi internet untuk mendorong debat politik dan partisipasi warga.

**Twitter dan Pemilu**

Sejak tahun 1990-an, penelitian tentang media baru banyak memberikan perhatian pada studi internet sebagai ruang publik, serta hubungan signifikan antara internet dengan perubahan sosial dan politik (Rasmussen; 2013). Ini pula yang kemudian memunculkan isu tentang ruang publik virtual yang membahas bagaimana internet berfungsi sebagai raung publik baru. Internet selaras dengan tesis tentang individualisasi dalam masyarakat modern yang meningkatkan interaksi dan partisipasi karena personalisasi internet dapat memunculkan otonomi bagi individu (Bauman, 1992; Beck dan Beck-Gernsheim, 2002). Dalam situasi ini, masyarakat menjadi bebas bersuara, berpatisipasi, bertukar pendapat dengan bahasa sendiri, menyampaikan pengalaman pribadi, bertukar pengetahuan maupun terlibat dalam proses penilaian atas sesuatu dalam berbagai gerakan sosial dan pembentukan opini (Becker dan Wehner, 2001; Benkler, 2006).

Selama satu dasawarsa terakhir, internet mengalami perkembangan yang luar biasa yaitu dengan kemunculan sosial media facebook tahun 2006 dan twitter tahun 2009. Laboratorium penelitian pun muncul membawa isu-isu mutakhir seperti cyber democracy, online social movement, virtual community dan lain sebagainya. Salah satu tema yang mendapatkan obyek perhatian besar para peneliti adalah mengenai peran sosial media dalam pemilu. Pada bagian ini, pertama-tama akan dijabarkan tentang penelitian terkait peran sosial media dalam pemilu yang dilakukan para peneliti di luar negeri, kemudian dilanjutkan dengan penelitian-penelitian terbaru tentang internet dan demokrasi di Indonesia. Penelitian tentang sosial media dan pemilu di Indonesia sendiri bisa dibilang belum memadahi, karena baru pemilu 2014 sosial media secara massif dipakai dalam demokrasi politik ini.

**Diskusi**

Ditengah pesimisme masyarakat Indonesia terhadap peran media komersial, internet mungkin menjadi harapan sebagai alternatif ruang diskusi warga yang bebas kepentingan dan dominasi. Di Indonesia, internet pernah dipakai untuk membangun opini publik yang memunculkan resistensi terhadap kekuasaan negara yaitu pada kasus ‘Cicak vs Buaya’ dan ‘Prita Mulyasari’. Fenomena terbaru dari penggunaan ruang publik virtual di Indonesia adalah pemanfaatan ruang maya dalam proses demokrasi selama pilpres 2014. Inilah untuk pertama-kalinya dalam sejarah pemilu di Indonesia, sosial media (Twitter, Facebook) berperan masif dalam mewadahi partisipasi politik masyarakat warga mulai dari pembentukan opini publik, saluran komunikasi politik hingga kampanye politik. Akun-akun pendukung masing-masing calon presiden baik dari kubu Jokowi maupun Prabowo muncul dan mensosialisasikan visi misi mereka. Akun-akun twitter juga menjadi alat diskusi politik yang dinamis dan menjadi media bagi warga negara untuk mendapatkan informasi alternatif yang bervariasi dibandingkan dengan media tradisional. Para pendukung capres cawapres yang berasal dari akar rumput atau lebih dikenal dengan ‘relawan’ membangun akun-akun twitter sebagai arena diskusi terbuka antar aktor-aktor yang terlibat dalam proses demokrasi yaitu pemerintah, pasar, media tradisional dan masyarakat luas mengenai isu-isu seputar pilpres (profil capres cawapres, visi misi cawapres, dll). Fenomena ini membuktikan bahwa ruang publik digital berkontribusi pada proses demokrasi.

Namun pada kenyataannya, disamping diskusi politis yang santun dan kritis, sosial media twitter juga memunculkan fenomena komunikasi politik yang bersifat patologis. Sosial media twitter manjadi alat untuk memproduksi teks (written, oral, grafis, image, karikatur) dalam bentuk kampanye negatif dan kampanye gelap (*black campaign*) hingga propaganda. Hal negatif ini nampak dominan mewarnai produk wacana di sosial media selama pilpres 2014 sehingga bisa jadi justru membahayakan proses demokrasi. Di satu sisi, internet yang dikatakan bisa menghilangkan sekat-sekat perbedaan ideologi, ras, kelas, agama dan lain sebagainya dikhawatirkan akan menjadi ruang yang berpotensi memunculkan konflik antar identitas. Berdasarkan pengamatan di lapangan, sosial media twitter juga dipakai para aktor untuk melakukan perang wacana (*cyber*-*discourse*) antar pendukung capres cawapres. Capres Jokowi misalnya mendapatkan serangan kampanye hitam berbau rasisme sebagai keturunan warga keturunan tionghoa, isu agama dengan disebut sebagai penganun non-muslim, serta disebut sebagai PKI. Sementara Prabowo

363

lebih mengarah para kampanye negatif dengan munculnya isu-isu tentang pelanggaran HAM di masa lalu, isu tentang pemecartan dari TNI, dan lain sebagainya.

Dibawah ini adalah daftar akun-akun yang secara kontinyu membahas khusus tentang pilpres 2014. Selain akun yang dikelola para tim sukses masing-masing calon, ada yang disebut akun-akun anonim. TrioMacan2000 – yang kini pengelolanya telah ditaha n polisi dan akun ini diblokir oleh twitter karena berisi konten SARA – adalah akun anonim yang sejak pra pemilu paling aktif menyebarkan berbagai informasi panggung belakang perpolitikan kita dan memiliki follower paling banyank mencapai 800rb pada saat pra pemilu dan mencapai 1.2juta menjelang pemilu. Kini setelah pelantikan presiden terpilih Jokowi, akun ini terbukti oleh polisi sebagai akun bayaran.

**Tabel 1. Akun yang Aktif Berdiskusi tentang Pilpres RI 2014**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Akun Twitter | Follower | Tagline |
| 1 | @ratu\_adil\* | 34.000 | Political and Corporate Spy with 13 Years Experience |
| 2 | @PartaiSocme | 66.623 | Objectivity, Fairness and Justuce for All, Non Populis Party, |
|  | d\* |  | Commom Sense Party, Empowering people, No = 99 |
| 3 | @M4ngU5il\* | 21.758 | Penting Tidak Penting yang Penting Komentar |
| 4 | @TrioMacan2 | 809.301 | Nowhere but everywhere. Akun Komunitas Inteligen Publik |
|  | 000\* |  | untuk perncerahan, pembasmi korupsi, kemunafikan penguasa |
|  |  |  | negeri. memProvokasi KEJUJURAN anak bangsa yang |
|  |  |  | CERDAS dan MERDEKA! |
| 5 | @burunghantu | 66.702 | Akun Komunitas Inteligen Publik untuk perncerahan, pembasmi |
|  | 1913\* |  | korupsi, kemunafikan penguasa negeri. |
| 6 | @TheRoninW | 54.156 | Akun Anti Komunis – Koruptor – Pengkhianat Negara |
|  | ar\* |  |  |
| 7 | @konspirasigl | 38.502 | Slalu ber KONSPIRASI dg NYA u/ hancurkan Konspirasi |
|  | obal\* |  | Global demi PERSATUAN INDONESIA |
| 8 | @Prabowo08\* | 1.157.015 | Kalau bukan sekarang, kapan lagi? Bergabunglah |
|  |  |  | #SelamatkanIndonesia. Wujudkan Indonesia Raya yang bersih, |
|  |  |  | kuat, aman, berwibawa dan berdikari - #IndonesiaBangkit |
| 9 | @ilmupemerin | 5.096 | Akun Pemerhati isu Publik & Peneliti Otonomi Daerah - |
|  | tah\* |  | Pendukung Terciptanya Good Govermance – Anti Korups i. |
|  |  |  | NKRI Harga Mati. #indonesia |
| 10 | @MegawatiSS | 17.652 | Pelopor Reformasi dan Ketua Umum PDI-Perjuangan. Akun |
|  | P |  | terbuka untuk menampung aspirasi Wong Cilik dan Seluruh |
|  |  |  | Rakyat. Twit ditandai dengan ^Mega^ |
| 11 | @Jokowi4Me | 113.204 | Pilihan Gue Buat Indonesia #JokowiYESGolputNo |
|  |  |  | #Jokowi4Me |
| 12 | @jasmev2014 | 12.427 | Official Account – Jokowi Advanced Social Media Voulnteers |
|  |  |  | for 2014 Presidential Election. Lets join now! Click: |
|  |  |  | jokowiku.net for register |
| 13 | @Jokowi4SM | 11.140 | Pilihan Gue Buat Indonesia #JokowiYESGolputNo |
|  | G |  | #Jokowi4Me |
| 14 | @JKW4P | 65.341 | JOKOWI PRESIDEN 2014 |
| 15 | @cuapolitik\* | 7.995 | Selalu ada pilihan |
| 16 | @SiBinokiYo\* | 13.431 | An INDEPENDEN KOMPORATOR…. Ketika boneka ya ng |
|  |  |  | paling panjang hidungnya – lah (pandai berbohong) y ang |
|  |  |  | akhirnya terpilih lewat Pilpres 2014 |
| 17 | @pribumi666\* | 2.385 | Wong Cilik Sebenarnya |
| 18 | @pkspiyungan | 69.522 |  |
|  | \* |  |  |
| 19 | @gerindradpd | 6.686 | Akun resmi DPD Gerindra DKI Jakarta, Salam Indonesia Raya |
|  | dki |  |  |
| 20 | @jokowi07 | 5.700 | Pendukung Jokowi Presiden RI 2014 |
| 21 | @jokowi\_do2 | 2.023.417 | Pengennya sederhana dalam kesederhanaan |
| 22 | @InfoJKW4P | 105.905 | Rakyat adalah gudangnya gagasan, mari bersama melangkah, |
|  |  |  | berkarya, menuju Indonesia Hebat bersama Jokowi-JK |

364

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 23 | @Jokowi\_Ina | 760.10 | Sebuah lembaga partisipatif yang dikelola secara swadaya. |
|  |  |  | Karakter. Integritas. Kualitas. |
| 24 | @Relawan\_jok | 8.162 | Akun twitter resmi Relawan Jokowi yang dikelola oleh |
|  | owi |  | Relawan itu sendiri |

Propaganda yang muncul lebih sering menyerang calon presiden Jokowi seperti isu sensitif SARA yang menyebut capres Jokowi keturunan tionghoa, keturunan singapura, beragama non-muslim dan berasal dari kasta bawah (bukan kasta ningrat seperti para presiden terdahulu). Propaganda juga menyentuh kekerakan simbolik yang menyerang fisik Jokowi yang disebut kerempeng, muka ndeso, bodoh, dll. Sementara itu serangan terhadap yang dialami oleh capres Prabowo lebih bersifat kampanye negatif yang membongkar masa lalu Prabowo tentang pelanggaran HAM, pemecatan DKP. Jika Jokowi diserang oleh akun-akun anonim dan isu-isu yang dibawa kadang hanya berhenti di sosial media, maka kritik atas capres Prabowo berasal dari akun-akun yang memiliki identitas jelas bahkan menjadi sororan media tradisional. Misalnya saja isu surat pemecatan Prabowo oleh Dewan Kehormatan Perwira dibocorkan oleh seorang wartawan yang juga mantan aktivis 98 bernama Ulin Yusron. Ia menyebarkan surat pemberhentian Prabowo oleh DKP melalui akun twitternya yang kemudian di follow up oleh media online merdeka.com, selanjutnya oleh televisi.

Wacana-wacana yang berkembang di sosial media diatas memperlihatkan tak muncul dari masyaraka warga biasa seperti yang diidealkan dalam teori ruang publik Habermas. Para aktor yang mendominasi ruang publik viertual selama pilpres 2014 ini adalah para elit-elit politik yang berkepentingan memenangkan persainsan dalam pemilu. Kondisi ini menggambarkan Priyono (2010: 279) yang menyebut ruang publik sebagai ruang terbuka yang sedang diperebutkan untuk dibentuk menjadi apa saja, tergantung pada kekuatan mana yang punya sumber daya paling kuat untuk menguasainya. Kekuatan itu bisa berasal dari institusi seperti pemerintah, agama, militer, media, NGOs, parpol, teknologi dll. Gambar 1 memperlihatkan diagram model yang lebih mirip polycentrist (sifat jamak sentra kekuasaan) dan tidak state-centris (berpusat pada negara), dalam arti pemerintah memang bukan satu-satunya kekuatan penentu ruang publik. Menurut Priyono, model dalam gambar 1 ini semakin relevan sebagai perangkat analisis untuk memahami kondisi ruang publik dalam tata ekonomi-politik dewasa ini. Penelitian ini juga akan memakainya sebagai alat untuk memahami ruang publik virtual (sosial media) selama pilpres 2014.



**Gambar 1. Ilustrasi Variasi Kinerja Sosok-sosok Kekuasaan yang menentukan ‘Ruang Publik’**

Relevansi model diatas dengan kondisi ruang publik saat ini akan semakin nyata bukan hanya karena gelombang intelektual besar yang berisi agenda meminimalkan peran pemerintah dalam berbagai bidang kehidupan, tetapi juga karena sosok-sosok kekuasaan baru telah mengubah konstelasi tata kekuasaan dalam masyarakat. Pokok ini bukan sekedar ilusi, melainkan kesimpulan yang diajukan semakin banyak pemikir yang mencermati kecenderungan sejarah ruang publik diantaranya Martin van Crevell (1999; 397 dalam Priyono, 2010; 379) yang mengatakan *“since the middle of the 17th century,* *the state has been the most important….of all moder n institution. It is now in decline, either voluntarily or involuntarily.* Ilustrasi pada gambar 1 menurut Priyono tidak flat, namun pada kenyataannya padasuatu periode tertentu bisa saja sosok-sosok kekuatan yang menentukan corak ruang publik adalah kolusi antara militer dengan agama, sedangkan pada periode lain penentunya adalah bisnis, media dan lain sebagainya.

365

Lalu bagaimana dengan ruang publik virtual dalam konteks pilpres 2014? Dalam pengamatan sementara ruang ini dikuasai oleh akun-akun elit yang berkepentingan politis pula. Sementara masyarakat warga seperti yang diidealkan Habermas sebagai aktor utama dalam ruang publik politis sepertinya justru menjadi para penonton pasif yang tak memiliki kemampuan membawa agenda-agenda kepublikan mereka. Siapa pihak yang menguasai ruang publik virtual kita? Untuk menjawab pertanyaan ini diperlukan sebuah penelitian yang konprehensif dengan memetakan latar belakang pemilik akun-akun twitter, wacana yang berkembang di twitter, hingga bagaimana wacana twitter ini terkait dengan konten media terkait dengan media tradisional. Inilah yang saat ini sedang dikerjakan penulis.

**Daftar Pustaka**

Bennett, James B. (2013). Farewell to Faith? The Changing Role of Religion in Presidential Politics, Theology Today. DOI: 10.1177/0040573613495229

Barber, B. 2006. “How Democratic Are the New Teleco mmunication Technologies?,” IDP: Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOCV. 3. http://www.uoc.edu/idp/3/dt/esp/barber.html, p. 6

Carlisle, Juliet E & Robert C. Patton. (2013). Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement? An Analysis of Facebook and the 2008 Presidential Election. Political Research Qu.arterly. DOI: 10.1177/1065912913482758

Chiluwa, Innocent. (2012). Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra-online discourses. Discourse Society. DOI: 10.1177/0957926511433478

Coser, Lewis A.(1956). The Functions of Social Conflict. New York: Free Press.

Dahrendorf, Ralf 1959 Class and Class Conflict in Industrial Society. Stanford, Calif.: Stanford University Press

Dahlberg, Lincoln. 2001. “Democracy via Cyberspace: Mapping the Rhetorics and Practices of Three Prominent Camps.” New Media and Society3(2):157–77.

Dimitrova, Daniela V. & Dianne Bystrom. (2013). The Effects of Social Media on Political Participation and Candidate Image Evaluations in the 2012 Iowa Caucuses. American Behavioral Scientist. DOI: 10.1177/0002764213489011

Doane, Ashley.(2006). What is Racism? Racial Discourse and Racial Politics. Critical Sociology. DOI: 10.1163/156916306777835303

Dewey, John. 1991. The Public and Its Problems. Athens: Swallow Press

Edge, Thomas. (2010). Southern Strategy 2.0: Conservatives, White Voters, and the Election of Barack Obama. Journal of Black Studies. DOI: 10.1177/0021934709352979

Gazali, Effendy.(2014), Learning by clicking: An experiment with social media democracyin Indonesia. International Communication Gazette. DOI: 10.1177/1748048514524119

Gerhards, Jürgen & Mike S. Schäfer. (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. New Media Society. DOI: 10.1177/1461444809341444

Goldberg, Greg .(2010). Rethinking the public/virtual sphere: The problem with Participation Wesleyan University. *New Media Society* DOI: 10.1177/1461444810379862 USA.

Groshek, Jacob & Ahmed Al-Rawi. (2013). Public Sentiment and Critical Framing in Social Media Content During the 2012 U.S. Presidential Campaign. Social Science Computer Review. DOI: 10.1177/0894439313490401

Hardiman, Budi. (2010). *Ruang Publik: Melacak “Partisipasi Demokratis” dari Polis sampai* *Cyberspace*. Penerbit Kanisius

Hui, Jennifer. (2010). The Internet in Indonesia: Development and Impact of Radical Websites. Studies in Conflict & Terrorism. DOI: 10.1080/10576100903400605

Hill, David T & Krisna Sen.(2005). *The Internet in Indonesia's new democracy*. Oxon, England : RoutledgeCurzon

Ifukor, Presley. (2010). “Elections” or “Selections ”? Blogging and Twittering the Nigerian 2007 Genera l Elections. Bulletin of Science Technology & Society. DOI: 10.1177/0270467610380008

Larsson, Anders Olof . (2014). Online, all the time? A quantitative assessment of the permanent campaign on Facebook. New Media Society. DOI: 10.1177/1461444814538798

Lim, Marlyna. (2002).Cyber-civic In Indonesia: From Panopticon to Pandemoneum

Lim, Marlyna .(2011).@crossroads: Democratization and Corporatization of Media in Indonesia . USA: Arizona State University & Ford Foundation

366

Lim, Marlyna.(2012). Life Is Local in the Imagined Global Community: Islam and Politics in the Indonesian Blogosphere. Journal of Media and Religion. DOI: 10.1080/15348423.2012.706144

Lim, Marlyna.(2012).The Langue Of Thirteen: Media Concentration in Indonesia. USA: Arizona Stane University& Ford Foundation

Lim, Marlyna. (2012). Between consumption and citizenship: Social media and political participation in Indonesia. Strategic Review. APRIL-JUNE 2012/VOL 2-NO 2

Lim, Marlyna.(2013).Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. Journal of Contemporary Asia. DOI:10.1080/00472336.2013.769386

Lim, Merlyna.(2005). @rchipelago online: The Internet and Political Activism in Indonesia. Dissertation of The University of Twente, Enschede, The Netherlands

Mohd, Zuraidah Don & Alan May. (2013).The discursive representation of Iran’s supreme leader in online media. Discourse Society. DOI: 10.1177/0957926513486222

Papacharissi, Zizi. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. New Media Society. DOI: 10.1177/14614440222226244.

Penney, Joel. (2014). Motivations for participatingin ‘viral politics’: A qualitativecase study of Twi tter presidential election. Convergence. DOI: 10.1177/1354856514532074users and the 2012 US

Priyono SJ, B.Herry.(2010). *Ruang Publik: Melacak “Partisipasi Demokratis” dari Polis sampai* *Cyberspace* bab 17. Menyelamatkan Ruang Publik. Penerbit Kanisius, hal 369-398

Ruiz, Carlos at all. (2011).Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers. The International Journal of Press/Politics. DOI: 10.1177/1940161211415849

Shcherbak, Olessia Koltsova & Andrey.(2014). LiveJournal Libra!’: The political blogosphere and voting preferences in Russia in 2011–2012. New Media Socie ty. DOI: 10.1177/1461444814531875

Sreekumar, t.t. and Shobha Vadrevu . (2013). Subpolitics and Democracy: The Role of New Media in the 2011 General Elections in Singapore. Science Technology Society. DOI: 10.1177/0971721813489458

Strandberg, Kim. (2013) A social media revolution or just a case of history repeating itself? The use of social media in the 2011 Finnish parliamentary elections. New Media Society. DOI: 10.1177/1461444812470612

Tang, Lijun & Peidong Yang. (2011). Symbolic power and the internet: The power of a ‘horse’. Media Culture Society. DOI: 10.1177/0163443711404462

Towner, Terri L. (2013). All Political Participation Is Socially Networked? New Media and the 2012 Election. Social Science Computer Review. DOI: 10.1177/0894439313489656

Usman, Sunyoto. (2014). Ruang Publik Virtual dan Demokrasi Digital. Makalah Ilmiah untuk presentasi APSSI, ISI 21 Mei 2014

Vesnic -Alujevic, Lucia.(2011). Communicating with voters by blogs? Campaigning for the 2009 European Parliament elections Ghent University, Belgium. Discourse and Communication. DOI: 10.1177/175048131