

Kritik Sosial Kebijakan Pemerintah Dalam Platform Media Sosial Dengan Pendekatan Komunikasi Hyperpersonal

by 1ichsan Muhammad Abduh

Submission date: 14-Apr-2022 12:50PM (UTC+0700)

Submission ID: 1810399313

File name: 7_7085-23196-1-RV_Ichsan_Muhammad_Abduh_Hafied_Cangara.docx (45.13K)

Word count: 2598

Character count: 18089

Kritik Sosial Kebijakan Pemerintah Dalam Platform Media Sosial Dengan Pendekatan Komunikasi *Hyperpersonal*

¹Ichsan Muhammad Abduh, ²Hafied Cangara

¹ganmuhammadabduh473@gmail.com, ²cangara_hafied@yahoo.com
Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10, Makassar, Indonesia

Abstract

Social media as a forum for communication and information, has a major contribution in its role in distributing and or transmitting information related to news related to social phenomena, one of which is government policies. Due to its nature as a communication medium, it creates space for the public to comment and express their aspirations on issues related to certain policies. This writing aims to describe the phenomenon of social criticism on social media platforms in the perspective of hyperpersonal communication. The advantage of hyperpersonal communication is how to deliver messages without being bound by space and time, causing an opportunity to plan the message to be conveyed. With this advantage, users can be wiser in using social media, choosing the right channel, and time to compose and distribute message content before deciding to respond to social issues or problems resulting from government policies.

Keywords : *Social Criticism, Policy, Social Media, Hyperpersonal Communication*

Abstrak

Media sosial sebagai wadah komunikasi dan informasi, memiliki kontribusi yang besar dalam perannya mendistribusikan dan atau meneruskan informasi yang berkaitan dengan pemberitaan terkait fenomena sosial yang salah satunya adalah mengenai kebijakan pemerintah. Karena sifatnya yang juga sebagai media komunikasi, menyebabkan adanya ruang bagi masyarakat untuk berkomentar menyampaikan aspirasinya pada persoalan terkait kebijakan tertentu. Penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena kritik sosial pada *platform* media sosial dalam perspektif komunikasi *hyperpersonal*. Keunggulan komunikasi *hyperpersonal* adalah bagaimana memberikan pesan tanpa terikat ruang dan waktu, menyebabkan adanya peluang untuk merencanakan pesan yang ingin disampaikan. Dengan keunggulan ini, pengguna dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, memilih saluran yang tepat, dan waktu untuk menyusun dan mendistribusikan konten pesan sebelum memutuskan untuk memberikan respon terhadap isu atau persoalan sosial yang diakibatkan dari kebijakan pemerintah.

Kata Kunci : *Kritik Sosial, Kebijakan, Media Sosial, Komunikasi Hyperpersonal*

I. PENDAHULUAN

Memasuki era digital, segala akses informasi dapat dengan mudah diterima dengan perantara media komputerisasi.

6

Menurut Mc Quail (2011:148) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan

cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi merupakan dorongan yang nyata akibat tuntutan dari manusia dalam memenuhi kebutuhannya terhadap informasi secara cepat dan efektif, dimana kebutuhan akan informasi menjadi hal yang hampir setara dengan kebutuhan primer. Hal ini juga sejalan dengan kebutuhan manusia akan berkomunikasi, dimana praktik komunikasi tatap muka dan atau tulisan bukan lagi menjadi satu-satunya peluang untuk berkomunikasi. Kehidupan di zaman era digital memudahkan berbagai aspek yang berkaitan dengan komunikasi dan informasi. Hal inilah yang kemudian melahirkan sebuah fenomena baru yang disebut dengan *Computer Mediated Communication*, dimana praktik komunikasi dan perolehan informasi cenderung lebih efektif dan efisien dengan menggunakan

pendekatan komunikasi bermediasi komputer.

Media sosial merupakan sebuah wadah komunikasi dan informasi yang populer di zaman era digital. Melalui media sosial, pengguna bebas menampilkan konsep dan identitas dirinya sekaligus mendapatkan informasi (*feature/news*) dengan cepat. Artinya, masyarakat tidak harus bergantung pada media massa untuk memperoleh informasi tertentu yang berkembang, bahkan disaat media massa terbaru sudah beralih menjadi media *online*. Hal demikian yang kemudian menuntut *platform* media *online* untuk meluaskan jangkauan pemberitaannya di ranah media sosial selaku *platform* media yang hampir digunakan dan dimiliki oleh setiap orang, dan berdasarkan fungsi ¹³ media sosial yang juga berfungsi sebagai media informasi.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan data yang dihimpun oleh Hootsuite (*We*

Are Social, 2021), terdapat 61,8% dari total populasi yang aktif menggunakan media sosial baik sebagai sarana komunikasi dan atau pemenuhan informasi. Dengan demikian, mayoritas masyarakat Indonesia sangat bergantung pada media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Sesuai sifatnya, media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemenuhan informasi yang saat ini cukup aktif terlibat dalam menyebarkan berbagai informasi berita, yang diantaranya adalah pemberitaan mengenai Pemerintahan beserta produk kebijakannya, menyebabkan adanya kebebasan didalam mengakses informasi sekaligus memberikan tanggapan/berkomunikasi pada informasi yang disampaikan kepada khalayak. Terlebih dengan tersedianya kolom komentar, memberikan peluang bagi setiap orang untuk mengomentari pemberitaan yang disampaikan, sehingga kontrol sosial

tidak dapat dihindarkan. Menurut Firmanzah (2008), interaksi sosial dalam sistem masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan zaman, dimana masyarakat cenderung untuk menuntut perilaku politik yang transparan, bertanggungjawab, dan mampu memberikan solusi dalam menjawab persoalan kehidupan bermasyarakat. Hal inilah yang kemudian memicu naluri masyarakat untuk berkomentar atas pemberitaan apapun yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah. Lebih lanjut Firmanzah mengatakan, kritik sosial merupakan salah satu solusi untuk menerapkan kontrol sosial terhadap lingkungannya.

Namun, Indonesia memiliki aturan yang ketat mengenai penggunaan media informasi berbasis elektronik yang diatur didalam ⁷ Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE, Nomor 11 Tahun 2008) yang sudah diamandemen menjadi UU Nomor 19

Tahun 2016. Menyebabkan adanya kebijakan yang mengatur kode etik penggunaan media informasi, yang dimaksudkan untuk menjaga ketenteraman dan menciptakan penggunaan media informasi secara bijaksana. Kendati demikian, ternyata masih banyak celah yang menjadi peluang bagi pengguna media untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang melanggar hukum, dimana salah satunya adalah dengan membuat akun palsu untuk digunakan sebagai sarana menyerang/ mengomentari kebijakan pemerintah yang dianggap tidak pro rakyat.¹⁴ Kondisi seperti ini menjadi hal yang sangat wajar, dikarenakan tidak ada syarat yang mewajibkan pengguna media sosial menyertakan identitas aslinya dalam pembuatan akun *user*, terlebih tidak ada batasan khusus bagi pengguna media sosial untuk memiliki jumlah akun tertentu dalam waktu yang bersamaan.

Fenomena ini sejalan dengan kajian komunikasi dalam pendekatan komunikasi *hyperpersonal*, yang menjadi salah satu bagian dari komunikasi bermediasi komputerisasi/digital. Menurut Walther,³ komunikasi bermediasi komputer dapat menjadi *hyperpersonal* dikarenakan praktik komunikasi yang dianggap melebihi interaksi tatap muka, dimana model komunikasi ini mampu untuk memberikan pengirim pesan sejumlah keuntungan komunikatif yang melebihi interaksi tatap muka secara tradisional. Seseorang lebih leluasa mempertimbangkan berbagai aspek sebelum melakukan komunikasi, termasuk bagaimana membentuk identitas dirinya. Disinilah yang akhirnya memicu adanya konsep diri, dimana seseorang dapat memilih seperti apa gambaran dirinya untuk dibagikan, termasuk dalam kegiatan komunikasinya menggunakan media sosial. Hal inilah

yang menarik untuk diteliti, terkait karakteristik pengguna media sosial dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemenuhan informasi, khususnya dalam mencari informasi tentang kebijakan pemerintah dan memberikan tanggapan atas kebijakan tersebut dalam berbagai platform media sosial.

II. KAJIAN TEORITIS

A. Kritik Sosial

Menurut Curtis (1996), kritik adalah tindakan menganalisa dan mengevaluasi sesuatu dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, mengapresiasi, dan atau membantu memperbaiki tujuan. Kemudian dipertegas oleh Peter dan Sageetha (2018), dalam arti yang tajam, merupakan tindakan penghakiman. Dalam fenomena sosial, sering mengundang perhatian dari masyarakat dalam hal menanggapi persoalan yang

sedang terjadi, sehingga kritik sosial dapat diartikan sebagai sebuah upaya penghakiman dalam upaya memahami fenomena sosial.

B. Komunikasi Hiperpersonal (*Hyperpersonal Communication*)

Menurut Walther dalam Em Griffin (2008), istilah hiperpersonal muncul setelah kehadiran CMC (*Computer Mediated Communication*), dimana komunikasi *hyperpersonal* adalah komunikasi dengan perantara “komputer” yang digunakan untuk menggambarkan komunikasi berbasis internet. Komunikasi *hyperpersonal* adalah bentuk komunikasi interpersonal dengan perantara media berbasis internet, sehingga tidak perlu memenuhi unsur komunikasi yang dilakukan seperti tatap muka, seperti gugurnya isyarat komunikasi non-verbal dalam praktik komunikasinya. Komunikasi *hyperpersonal* adalah gambaran fenomena komunikasi saat ini, yang

sangat bergantung pada internet untuk berkomunikasi, karena sifatnya yang lebih efisien dalam menghemat ruang dan waktu.

Walther kemudian membaginya kedalam empat bagian, yang terdiri dari ³ *penerima, pengirim, karakteristik saluran, dan proses umpan balik.*

Pengirim (*sender*) digambarkan Walther sebagai *selective self-presentation*, dimana pengirim memiliki peluang untuk menciptakan kesan atas konsep diri yang ingin ditampilkan. Artinya, pengirim dengan leluasa dapat merencanakan untuk menyensor diri sendiri tanpa adanya kekhawatiran akan kontradiksi yang nyata (selektif).

Penerima (*receiver*), berkaitan dengan konsep atribusi dalam perspektif sosiopsikologi, bagaimana penerima dapat memiliki sebuah persepsi ideal atas identitas diri *sender* dan tentunya bersifat bias, hal ini karena atribusi atas perilaku *sender* yang hanya diukur dari

verbal yang disampaikan. Kemudian karakteristik saluran (*channel*), yang dalam komunikasi *hyperpersonal* digambarkan dengan saluran komunikasi berbasis internet sehingga tidak memerlukan interaksi tatap muka, menyebabkan *sender* dapat memilih sendiri jenis saluran sesuai kepentingannya. Dan yang terakhir adalah proses umpan balik (*feedback*), yang merupakan kecenderungan untuk harapan *receiver* terhadap *sender* ataupun sebaliknya untuk membangkitkan respon dan menegaskan apa yang harus diantisipasi.

III.METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif, dengan kajian literasi dari berbagai referensi sumber pustaka yang berkaitan dengan komunikasi hiperpersonal, komunikasi bermediasi komputer (*computer mediated communication*), dan pendekatan sosiokultural, serta kaitannya dengan

penggunaan platform media sosial sebagai sarana informasi untuk menerima, menyebarkan, dan atau mengomentari hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan pemerintahan.

IV. PEMBAHASAN

Fenomena kritik sosial terhadap berbagai kebijakan pemerintah sudah menjadi hal yang lumrah. Berbagai aksi kritik juga sudah diwadahi dengan sarana tertentu untuk menuangkan aspirasi masyarakat dalam bersuara. Yang paling menonjol hingga saat ini adalah fenomena kritik sosial melalui platform media sosial, mengingat media sosial sudah bertambah fungsi sebagai media pemberitaan dengan format membuat berita atau meneruskan pemberitaan yang ada pada *platform media online*. Kebebasan dalam berekspresi melalui kolom komentar, membuka peluang sebesar-besarnya bagi para *user* untuk mengungkapkan apa

yang menjadi keresahannya terhadap berbagai kebijakan pemerintahan.

Salah satu hal yang menarik dari kritik sosial pada *platform* media sosial adalah penggunaan akun palsu (*fake account*) dalam kolom komentar yang tersedia. Hal ini mungkin saja berkaitan dengan upaya menutupi identitas diri dengan menciptakan sebuah identitas lain yang bukan untuk menggambarkan dirinya, melainkan untuk kebebasan berekspresi tanpa harus mengekspos identitas diri. Hal inilah yang kemudian digambarkan dalam karakteristik komunikasi *hyperpersonal*, dimana para *user* media sosial dapat berekspresi dengan konsep *selective-self-presentation*, yang memberikan peluang bagi *user* untuk menyeleksi hal-hal apasaja yang tidak ingin diekspos pada media sosial, bahkan jika harus memalsukan identitas dirinya.

Selanjutnya, didalam praktik kritik sosial berbasis komunikasi

hyperpersonal, para *user* juga bebas memilih saluran untuk menyalurkan aspirasinya. Artinya, dengan banyaknya pilihan *platform* media sosial, semakin memperluas ruang bagi para *user* untuk menyalurkan kritik sosialnya. Kebebasan dalam memilih saluran, dianggap Walther sebagai keunggulan dalam praktik *hyperpersonal*, dimana *user* cenderung akan memilih *platform* media sosial berdasarkan tingkat ketertarikannya, hal ini bisa ditinjau dari segi popularitas media sosial itu sendiri. Dalam memilih saluran yang tepat untuk melakukan kritik sosial, *user* cenderung mencari kubu yang sesuai dengan perspektifnya. Hal inilah yang diperjelas Walther sebagai *overattribution of similarity* jika membahas *hyperpersonal* dari aspek penerima *receiver*. Walther menjelaskan bahwasanya dalam melakukan praktik komunikasi *hyperpersonal*, penerima cenderung memilih wadah yang didalamnya

terdapat orang-orang yang sejalan dengan atribusinya terhadap sesuatu. Dengan demikian, kritik sosial terhadap pemerintah sering dilakukan oleh para *user* dalam kelompok-kelompok yang berbeda sesuai tingkat pro dan kontranya, bahkan dalam kondisi tertentu, kelompok-kelompok tersebut akan beradu argumentasi pada kolom komentar media sosial untuk memperjuangkan sudut pandangnya masing-masing. Similaritas didalam praktik komunikasi *hyperpersonal* adalah unsur yang penting untuk dipenuhi (Walther, 1996). Kondisi seperti ini sekaligus menjelaskan aspek timbal balik (*feedback*) oleh para pengguna untuk bertukar pesan dengan tujuan tertentu masing-masing. Ada harapan yang dibangun dalam praktik komunikasi *hyperpersonal*, dimana pengguna cenderung ingin mendapatkan respon dari orang lain terhadap apa yang disampaikan melalui saluran

tertentu. Sehingga dalam kritik sosial, praktik komunikasi *hyperpersonal* akan cenderung aktif dalam memberikan respon/timbal balik terhadap sudut pandang masing-masing. Jika dihubungkan dengan kritik sosial terhadap kebijakan pemerintah, maka bisa disimpulkan bahwa setiap pengguna yang melakukan kritik sosial, memiliki harapan mendapatkan respon balik baik dari pihak pemerintah atau dari kelompok pengguna yang lain. Hal inilah yang terkadang menimbulkan persoalan baru, salah satunya mengenai kode etik dalam berkomentar di media sosial.

Kritik sosial dengan pendekatan komunikasi *hyperpersonal* dianggap sebagai cara yang aman untuk berkomentar. Hal ini bisa saja disebabkan oleh fenomena sosial masyarakat yang menganggap bahwa mengkritik secara terang-terangan dapat terjerat kasus pidana sesuai kandungan UU ITE yang berlaku. Sesuai dengan

asumsi bahwa kritik sosial terhadap pemerintah dapat menyebabkan ketersandungan pada tindakan pidana berupa penistaan, pencemaran nama baik, penyebaran fitnah, dan atau ujaran kebencian hingga tindakan yang dianggap makar. Padahal dalam konteks kontrol sosial, kritik berguna untuk menciptakan sebuah tuntutan evaluasi terhadap sesuatu yang dianggap menyimpang dari nilai yang seharusnya, karena ² komentar sosial merupakan bentuk penggunaan cara yang paling efektif untuk memberikan komentar terkait isu-isu yang berkembang di masyarakat (Peter & Sangeetha, 2018).

Namun demikian, kemunculan fenomena kritik sosial secara *online* / berbasis *hyperpersonal* tidak terlepas dari budaya masyarakat Indonesia sendiri berdasarkan berbagai pengalaman-pengalaman sebelumnya. Artinya, kritik sosial berbasis komunikasi *hyperpersonal* terhadap

kebijakan pemerintah tidak muncul tanpa sebab tertentu. Bukan hanya persoalan ketakutan akan menunjukkan identitas diri, melainkan juga berkaitan dengan unsur kenyamanan dari *user* itu sendiri. Seperti yang dijelaskan Walther, bahwasanya *user* cenderung memiliki peluang yang luas untuk mengatur pesan yang ingin disampaikan, penggunaan bahasa yang sesuai kehendak sebelum pesan didistribusikan kedalam *platform* media sosialnya. Cara ini dianggap efektif bagi Walther dengan mengatakan bahwa pengirim dapat mempertimbangkan segala hal sebelum berkomunikasi terhadap penerima pesan. Hal yang sulit dipraktikkan dalam komunikasi tatap muka yang bergantung pada spontanitas. Sehingga, jika mengacu pada asumsi ini, maka kritik sosial terhadap kebijakan pemerintah yang sudah dilontarkan dalam *platform* media sosial seharusnya sudah melalui proses pertimbangan tertentu yang

berkaitan dengan kontrol diri, karena ¹² kontrol diri merupakan pengaturan proses fisik, psikis, dan perilaku seseorang dalam membentuk dirinya sendiri (Golfried & Merbaum dalam Gufron dan Risnawati, 2011).

Tingkat kematangan/ kesiapan dalam praktik komunikasi *hyperpersonal* dianggap besar, sehingga pertukaran pesan yang disampaikan oleh pengirim dan penerima dapat terjalin dengan baik. Namun, apa jadinya jika peluang tersebut tidak digunakan dengan maksimal sehingga menyebabkan adanya tindakan menyimpang hingga merugikan orang lain dan atau dirinya sendiri?. Hal inilah yang dapat digambarkan dalam fenomena kritik sosial yang terjadi khususnya di Indonesia saat ini. Dimana kebebasan waktu dan ruang didalam komunikasi *hyperpersonal*, ternyata tidak menjamin seorang komunikator dapat menghasilkan pesan yang bijak. Negara

Indonesia sebagai negara hukum tentu memberikan perlindungan bagi siapapun dalam menjaga ketenteraman masyarakatnya khususnya dalam penggunaan media sosial yang juga diatur ketat dalam UU ITE. Sehingga kebebasan berekspresi pada media sosial bukanlah pembenaran untuk mengekspresikan hal-hal diluar dari norma dan kode etik yang berlaku sesuai perundang-undangan. Namun demikian, aturan mengenai UU ITE dianggap berbagai kritikus juga tidak benar-benar memberikan kebebasan masyarakat untuk berekspresi dan mengutarakan pendapat, tidak ada aturan khusus yang mengatur konten yang dianggap tidak termasuk kedalam tindakan pidana. Kandungan yang terdapat didalam ¹ Pasal 27 ayat 3 UU ITE yang menyebutkan “*melarang bagi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi*

Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”, malah dianggap sebagai alat yang justru digunakan untuk membungkam masyarakat dalam memberikan kritik terhadap pemerintah beserta kebijakan-kebijakannya. Sehingga jelas, pasal tersebut dianggap “pasal karet” karena di sisi lain terkesan pro rakyat, malah sebaliknya cenderung dianggap kontra rakyat khususnya dalam praktik penyebaran informasi tentang pemerintah.

V. PENUTUP

Fenomena kritik sosial dalam *platform* media sosial sudah menjadi hal yang lumrah terjadi saat ini. Fungsi media sosial yang saat ini terlibat aktif dalam menyebarkan dan atau mendistribusikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah, menyebabkan adanya peluang bagi masyarakat dalam memberikan kritik sosial terlebih jika

kebijakan tersebut dianggap tidak memihak pada rakyat. Kebebasan dalam berekspresi dalam praktik komunikasi *hyperpersonal* dapat menjadi solusi dalam kontrol sosial, namun juga bisa berdampak negatif pada ketenteraman hidup bermasyarakat dengan sudut pandang yang berbeda-beda dalam merespon kebijakan Pemerintah. Namun, karena keunggulan atas kebebasan ruang dan waktu, para pengguna diharapkan dapat menyeleksi dalam mempersiapkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Keunggulan ini seharusnya bisa memberikan kesempatan bagi pengguna untuk lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial sebagaimana mestinya, terlebih karena Indonesia adalah negara dengan asas hukum.

DAFTAR PUSTAKA

Dan B. Curtis, et al., (1996). *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Jakarta: Rosda Jayapura, 1996), hlm. 284

8 Ghufron, Nur dan Rini Risnawati. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-ruzz. Media

4 Griffin, E. (2008). *A First Look At Communication Theory* (6th ed.). New York: McGrawHill Companies, Inc

11 McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba. Humanika

2 Peter, Christy dan Sangeetha, M. (2018). *Social Criticism in T.S. Eliot's The Wasteland*. *Laguange in India Journal*, Vol. 18:1, Januari 2018

5 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang *Informasi dan Transaksi Elektronik*

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang *Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*

4

Walther, J. B. (1996). *Computer-*

Mediated-Communication:

Impersonal, Interpersonal, and

Hyperpersonal Interaction. Sage

Publications.

<http://doi.org/10.1177/0093650960>

23001001

Kritik Sosial Kebijakan Pemerintah Dalam Platform Media Sosial Dengan Pendekatan Komunikasi Hyperpersonal

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.hukumonline.com Internet Source	1%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	id.wikipedia.org Internet Source	1%
4	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
5	pasca-umi.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
7	media.neliti.com Internet Source	1%
8	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%
9	inabj.org Internet Source	<1%

10	pmb.undhirabali.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
12	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
13	repositori.uin-alaudidin.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.aladinsehat.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off