



KRITIK SOSIAL KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PLATFORM MEDIA SOSIAL DENGAN PENDEKATAN KOMUNIKASI HYPERPERSONAL

Ichsan Muhammad Abduh¹ | Hafied Cangara²

^{1,2} Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Hasanuddin

Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10,
Makassar, Indonesia

Correspondence:
Ichsan Muhammad Abduh
icsanmuhammadabduh473
@gmail.com

Abstract: *This writing aims to describe the phenomenon of social criticism on social media platforms in the perspective of hyper personal communication, the method of delivering messages without being bound by space and time, causing opportunities in message planning. The method used is literature study, from various journals and books. The result obtained is that social media as a forum for freedom of expression, opens up as many opportunities as possible for users to express their concerns through social media regarding controversial government policies. With the principle of hyperpersonal communication based on CMC (computer mediated communication) that is not bound by place and time, it creates wide opportunities for users to actively interact and provide feedback on government policies anywhere and anytime. This is because CMC-based communication offers users freedom of accessibility from registration to use.*

Keywords: *Social Criticism, Policy, Social Media, Hyper Personal Communication*

Abstrak: Penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena kritik sosial pada *platform* media sosial dalam perspektif komunikasi *hyperpersonal* metode memberikan pesan tanpa terikat ruang dan waktu, menyebabkan adanya peluang dalam perencanaan pesan. Metode yang digunakan adalah studi pustaka, dari berbagai jurnal dan buku. Hasil yang didapatkan adalah media sosial sebagai wadah kebebasan dalam berekspresi, membuka peluang sebesar-besarnya bagi pengguna untuk mengungkapkan keresahannya pemberitaan melalui media sosial mengenai kebijakan pemerintah yang kontroversial. Dengan prinsip komunikasi *hyperpersonal* dengan berbasis CMC (*computer mediated communication*) yang tidak terikat tempat dan waktu, menyebabkan luasnya peluang bagi pengguna untuk aktif berinteraksi dan memberikan tanggapan mengenai kebijakan pemerintah dimana dan kapan saja. Hal ini disebabkan karena komunikasi berbasis CMC menawarkan kebebasan aksesibilitas pengguna dari pendaftaran hingga penggunaan.

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

1 | PENDAHULUAN

Memasuki era digital, segala akses informasi dapat dengan mudah diterima dengan perantara media komputerisasi. Menurut McQuail, & Windahl, (2015) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cakupan 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 computer pada kondisi pandemi (Baumel et al., 2021). Senada dengan hak tersebut komunikasi yang menggunakan media teknologi memberikan efek tersendiri bagi audiensnya antara lain menimbulkan kepanikan (Setyaningsih, 2020), komodifikasi (Setyaningsih, & Jatmikowati, 2019; Situmenang, & Situmenang, 2020), perubahan perilaku karena *selective exposure* (Setyaningsih et al., 2021), disonansi pesan (Triono & Setyaningsih, 2017) serta distorsi pesan (Nim, & Sunyata, 2019).

Hal lainnya yang dapat didefinisikan dari *Computer Mediated Communication* (CMC) dalam konteks perkembangan teknologi hari ini berkaitan dengan kaitan teknologi dan interaksi sesama manusia. Munculnya komunikasi yang memanfaatkan media berbasis teknologi baru-baru ini menimbulkan pertanyaan baru tentang bagaimana teknologi dapat membentuk komunikasi manusia dan memerlukan evaluasi ulang. Terdapat beberapa kemungkinan dari banyak teori, kerangka kerja, dan temuan utama CMC. Agenda penelitian seputar AI-MC harus mempertimbangkan desain teknologi ini dan implikasi psikologis, linguistik, relasional, kebijakan, dan etika dalam memperkenalkan AI ke dalam komunikasi manusia-manusia. Artikel ini bertujuan untuk mengartikulasikan agenda semacam itu (Hancock et al., 2020).

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 diarah media sosial selaku *platform* media yang hampir digunakan dan dimiliki oleh setiap orang, dan berdasarkan fungsi media sosial yang juga berfungsi sebagai media informasi (Fahmi, 2020; Hakim, 2020).

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 Alwy & Misnawati (2019) 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. 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 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. 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 (Fleming, 2017; Nugroho, 2019; Pane, 2018).

Pemerintah Indonesia terkesan menuntut masyarakat lebih aktif dalam memberikan opini yang berbentuk kritikan kepada pemerintah dari berbagai aspek kebijakan dan implementasinya, dengan tujuan peningkatan kinerja dan perbaikan pelayanan publik. Namun faktanya, kebebasan berekspresi justru menjadi hal yang menakutkan karena sering dikaitkan dengan keamanan diri sendiri, terlebih saat beberapa regulasi yang ada justru dianggap membatasi masyarakat dalam memberikan masukan dan kritikan (Marizal, 2021).

Karena adanya kekhawatiran jika menyampaikan kritik terhadap kebijakan pemerintah secara langsung, hal tersebut menyebabkan masyarakat kemudian aktif menggunakan media sosial sebagai alat kritik sosial, dengan memanfaatkan fitur yang ditawarkan oleh media sosial dengan memanfaatkan komunikasi *hyperpersonal*. Karena salah satu keunggulan komunikasi berbasis CMC ini adalah tidak terikat tempat dan waktu, serta penyertaan identitas diri yang bisa diatur sesuai kehendak pengguna. Disinilah potensi menciptakan akun palsu terjadi, karena tidak ada syarat mutlak bagi para pengguna untuk membuat akun dalam berbagai *platform* media sosial yang ada (Syahputra., & Hafiar, 2019).

Fenomena ini sejalan dengan kajian komunikasi dalam pendekatan komunikasi *hyperpersonal*, yang menjadi salah satu bagian dari komunikasi bermediasi komputerisasi/digital. Menurut Walther (1996) 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. Dalam Walther et al., (2015) 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.

Model komunikasi hiperpersonal berbasis CMC, adalah bentuk komunikasi asinkron yang dimana pesan dapat tersimpan hingga pengguna dapat membacanya secara bebas tanpa terikat waktu. Komunikasi asinkron kemudian dianggap menguntungkan dan dapat memfasilitasi pesan yang lebih diinginkan komunikator untuk meningkatkan kontrolnya (Braun., & Eklund, 2019). Upaya meningkatkan kontrol yang dimaksud adalah, pengguna dapat merancang pesan yang ingin disampaikan dengan lebih terstruktur, bebas, namun tetap memiliki waktu untuk mempertimbangkan kembali penggunaan bahasa yang ingin disampaikan dalam *platform* media yang ingin digunakan.

Walther, (2021) kembali menegaskan dalam penelitiannya tentang 25 tahun media komunikasi berbasis CMC, bahwasanya pemahaman teoretis media sosial membutuhkan dorongan pertimbangan manusia, interaksi sosial, dan sistem kode, untuk memodelkan bagaimana kita menggunakan teknologi komunikasi dan bagaimana pengaruhnya terhadap kita. Konteks komunikasi CMC yang jauh lebih luas, membuat banyak orang mempertanyakan apakah model komunikasi ini memerlukan perubahan, kebijakan penggunaan yang direvisi, atau apakah batas-batas teknologi masih dalam kapasitas yang sama. Hal ini tentu sejalan dengan fenomena yang ada, dimana semakin berkembangnya teknologi informasi, yang jika tidak diberikan kontrol yang tepat, maka kebebasan komunikasi akan semakin meningkat dan kontrol penggunaannya akan semakin lemah. Sehingga pengguna dapat mengutarakan segala hal secara bebas melalui *platform* media sosialnya masing-masing.

Kritik sendiri merupakan tindakan menganalisa dan mengevaluasi sesuatu dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, mengapresiasi, dan atau membantu memperbaiki tujuan. Hal ini dipertegas oleh Peter & Sangeetha (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. Oleh karena itu, kritik terhadap kebijakan pemerintah sebagai salah satu fenomena sosial, para pengguna media sosial dapat menjalin kesamaan visi, tujuan dan sudut pandang mereka melalui *platform* media sosial yang digunakan dalam kaitannya untuk berinteraksi terhadap sesama pengguna untuk bertukar pikiran. Hal ini bisa saja membentuk kekuatan sebagai sebuah kelompok, dimana mereka dapat membuat komunitas virtual dan berbagi minat atau kesukaan yang sama, atau disisi lain juga bertentangan antar-sesama pengguna yang diakibatkan pro-kontra terhadap isu kebijakan pemerintah yang berlangsung.

Terdapat empat keunggulan fitur komunikasi hiperpersonal menurut Scott (2020), *pertama* kontrol penuh dalam mempresentasikan diri. Para pengguna dapat mempersiapkan dan memberikan identitas diri yang lebih terstruktur dibandingkan tatap muka. Melalui berbagai fitur di media sosial, memberikan peluang yang luas bagi pengguna untuk memutuskan apa yang menjadi gambaran bagi dirinya sesuai kehendaknya sendiri (Contoh; Profil pengguna di *facebook*). *Kedua*, bukan *realtime* dan tidak terikat waktu. Hal ini berdasarkan prinsip media sosial bahwasanya pengguna dapat mengirimkan pesan yang bersifat asinkron, dan bisa saja terjadi bukan pada waktu sebenarnya. Terlebih pengguna memiliki keunggulan untuk memutuskan kapan, dimana, dan siapa saja yang bisa terhubung dengan pesan yang disampaikan. Hal ini memberikan ruang bagi pengguna untuk mempertimbangkan kembali cara yang paling diinginkan dalam berkomunikasi.

Ketiga, tidak memerlukan kedekatan fisik. Komunikator dapat menjangkau komunikan tanpa memerlukan kontak langsung. Hal ini memberikan ruang bagi komunikator untuk terhindar dari isyarat nonverbal yang tidak diinginkan, terkait ekspresi, bahasa tubuh, dan lain sebagainya. Sehingga kecil kemungkinan untuk mendapatkan respon negatif dari komunikan, membebaskan pengguna untuk menonjolkan gambar, pesan, atau video yang diinginkan.

Keempat, penggunaan sumberdaya kognitif yang lebih efektif. Yakni kemampuan untuk menampilkan diri secara maksimal dengan mengurangi potensi negatif akibat isyarat-isyarat tertentu yang sulit dikontrol dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Dengan berbagai keunggulan inilah, komunikasi hiperpersonal berbasis CMC dianggap memberikan ruang yang bebas bagi pengguna untuk merencanakan, mengoreksi, dan mengekspresikan identitas diri sesuai kehendaknya masing-masing.

Penelitian mengenai komunikasi hiperpersonal telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu, yang membahas masalah konstruksi identitas diri secara spesifik, kualitas komunikasi yang dapat diatur dan dipersiapkan dalam komunikasi hiperpersonal, dan berbagai keunggulan lainnya karena minim akan isyarat non-verbal. Banyak penelitian juga telah membahas mengenai kebebasan berekspresi melalui media sosial dalam ranah komunikasi secara umum. Oleh karena itu didalam penelitian ini, akan membahas penerapan komunikasi hiperpersonal berbasis CMC yang akan dikaitkan dengan kritik sosial terhadap kebijakan pemerintah. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, adalah terdapat pada ruang lingkup penelitian, dimana peneliti akan berfokus pada praktik komunikasi melalui media sosial dalam hal kritik sosial, yang akan dikaitkan dengan pendekatan komunikasi hiperpersonal berbasis CMC. Dimana masih banyak penelitian terdahulu yang hanya membahas masalah konstruksi identitas diri dalam bermedia sosial saja, tanpa mengaitkannya secara spesifik kedalam ranah komunikasi hiperpersonal. Komunikasi hiperpersonal tidak hanya berfokus pada konstruksi identitas, melainkan juga masalah ruang gerak yang lebih bebas dalam menyampaikan pesan tanpa terikat tempat dan waktu.

2 | METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode kualitatif, dengan kajian literasi (Sugiyono, 2017) 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. Penelitian diawali dengan menganalisis fenomena penggunaan berbagai *platform* media sosial yang digunakan para *user* sebagai wadah untuk memberikan kritikan sosial terhadap berbagai kebijakan pemerintah. Mempelajari pola komunikasi dengan pendekatan hiperpersonal yang dilakukan, sehingga memunculkan pemahaman lebih mendalam terkait sejauh mana praktik komunikasi hiperpersonal terjadi dalam kritik sosial melalui media sosial. Adapun indikator yang digunakan adalah 4 fitur keunggulan komunikasi hiperpersonal berbasis CMC, yakni kontrol, tidak terikat waktu, tidak memerlukan kedekatan fisik, dan penggunaan sumberdaya kognitif yang lebih efektif. Peneliti akan menganalisis keseluruhan indikator yang muncul dalam berbagai platform media sosial khususnya yang membahas tentang kebijakan pemerintah yang bersifat kontroversial. Fenomena yang didapatkan dalam proses penelusuran tersebut selanjutnya akan dibahas menggunakan berbagai sumber literasi yang membahas tentang komunikasi hiperpersonal secara khusus, dan konteks CMC (*communication mediated computer*) secara umum yang menjadi induk dari pendekatan komunikasi hiperpersonal.

3 | 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*). Hal ini mungkin saja berkaitan dengan upaya menutupi identitas diri dengan menciptakan sebuah identitas lain yang bukan untuk menggambarkan dirinya, Banyak sekali kasus yang ditemui peneliti dalam berbagai *platform* media sosial yang membagikan berita mengenai kebijakan pemerintah yang kontroversial. Salah satu contohnya saja mengenai kebijakan PPKM dizaman covid-19, yang dikritik masyarakat sebagai tindakan gegabah yang bisa mematikan perekonomian masyarakat. Dalam berbagai *platform* media sosial, masyarakat mengkritik kebijakan sebagai langkah yang kurang tepat, karena pembatasan ruang gerak hanya akan menghentikan pemasukan /pendapatan masyarakat. Disisi lain seperti pemberitaan di media sosial tentang kebijakan Omnibus Law, yang ditolak para buruh karena dianggap para pekerja sebagai pengurangan atas hak-hak buruh dan cukup merugikan. Berbagai kritik sosial mengarah kepada pemerintah, dengan pihak kontra yang jauh lebih besar dibandingkan yang pro terhadap kebijakan tersebut.

Namun, dalam memberikan kritik sosial, masyarakat ditemukan masih banyak yang juga menggunakan akun palsu. Hal ini tentu erat kaitannya dengan praktik komunikasi hiperpersonal, dimana para pengguna akan lebih nyaman dan bebas tanpa harus merepresentasikan dirinya secara nyata, menyesuaikan konstruksi identitas yang diinginkan saja. Bahkan, ketika seseorang harus berhadapan dengan orang lain yang tidak anonim/nyata dalam media sosial, beberapa orang tetap memilih untuk menginterpretasikan dirinya sebagai apa yang ia rencanakan (Palupi, 2019). Masalah terkait identitas diri yang “dibentuk” ini, adalah bagian dari komunikasi hiperpersonal, yang dalam kaitannya dengan salah satu keunggulan penggunaan komunikasi berbasis CMC, dengan perbedaan ruang dan waktu, seseorang lebih bebas mengekspresikan identitas dirinya, atau segala hal yang ingin disampaikannya. Masalah mengenai penggunaan akun palsu juga masih berkaitan dengan dugaan pasal karet yang terkandung dalam UU ITE, yang bagi masyarakat masih berat sebelah dan justru membatasi ruang gerak masyarakat untuk menyampaikan opini dalam kaitannya mengkritik kebijakan pemerintah. 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, 2015). 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 disampaikannya 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 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 kontrol diri merupakan pengaturan proses fisik, psikis, dan perilaku seseorang dalam membentuk dirinya sendiri (Ghufron, 2011; Kircaburun et al., 2019).

Tingkat kematangan/ kesiapan dalam praktik komunikasi *hyperpersonal* dianggap besar, sehingga pertukaran pesan yang disampaikan oleh pengirim dan penerima dapat terjalin dengan baik. Oleh sebab itu, penggunaan yang bijak dalam bermedia sosial sebagai wadah kebebasan berekspresi dan berinteraksi antar sesama pengguna menjadi hal yang patut dipertimbangkan, karena Indonesia adalah negara hukum, dan memiliki regulasi mengenai aturan penggunaan media sosial yang diatur didalamnya, meskipun masih banyak ditemukan dari erbagai sumber yang ada, kajian regulasi UU ITE masih belum sepenuhnya jelas dan

mengandung pasal karet, yang lebih tertuju pada pengekangan untuk berekspresi dalam mengkritik pemerintah. Ide dan konten tentang keputusan politik yang sah (tidak peduli seberapa kontroversial), seharusnya dibebaskan dan tidak boleh dibungkam atau disensor di ruang media sosial (Segado., & Diaz, 2020). 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. Dalam Laksana, (2021) 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 Pasal 27 ayat 3 UU ITE mempertegas larangan terhadap suatu komentar pada platform digital yang mengandung hinaan dan atau makian, 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.

4 | PENUTUP

Simpulan dan Saran

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.

REFERENSI

- Alwy, S., & Misnawati, M. (2019). KEMENANGAN JADIN DAN INTERAKSI SOSIAL PADA PEMILUKADA 2017 KABUPATEN NAGAN RAYA. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 4(2), 247-261.
- Baumel, K., Hamlett, M., Wheeler, B., Hall, D., Randall, A. K., & Mickelson, K. (2021). Living through COVID-19: Social distancing, computer-mediated communication, and well-being in sexual minority and heterosexual adults. *Journal of Homosexuality*, 68(4), 673-691.
- Braun, J. A., & Eklund, J. L. (2019). Fake news, real money: Ad tech platforms, profit-driven hoaxes, and the business of journalism. *Digital Journalism*, 7(1), 1–21.

- Fahmi, M. H. (2020). KOMUNIKASI SYNCHRONOUS DAN ASYNCHRONOUS DALAM E-LEARNING PADA MASA PANDEMIC COVID-19. *Jurnal Nomosleca*, 6(2), 146–158.
- Fleming, P. (2017). The human capital hoax: Work, debt and insecurity in the era of Uberization. *Organization Studies*, 38(5), 691-709.
- Ghufron, N. dan R. R. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Hakim, L. (2020). Pemilihan platform media pembelajaran online pada masa New Normal. *Justek: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(2), 27-36.
- Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 89-100.
- Kircaburun, K., Kokkinoos, C., Demetrovics, Z., Kiraly, O., Griffiths, M., & Colak, T. (2019). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS One*, 12(1), 891–908. <https://doi.org/e0169839>
- Laksana, N. Y. (2021). Computer-Mediated Communication And Interpersonal Communication In Social Media Twitter Among Adolescents. *Journal of Social Studies*, 17(1), 65–78.
- Marizal, M. (2021). Kebebasan Berpendapat Terhadap Pemerintah Melalui Media Sosial Dalam Perspektif UU ITE. . *Pranata Hukum*, 3(1).
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). *Communication models for the study of mass communications*. Routledge.
- NIM, H. A., & Sunyata, L. (2019). DISTORSI KOMUNIKASI VERTIKAL PADA DEPARTEMEN HOUSEKEEPING HOTEL ORCHARDZ GAJAHMADA PONTIANAK. KOMUNIKA-. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Nugroho, A. (2019). Comparative Study of Hoax Handling Policies in Indonesia and Singapore. *Administration Science*, 74(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/icas-19.2019>
- Palupi, P. (2019). Selective Self-Presentation Through Video-Mediated Communication:A Study of Hyperpersonal Communication. *MediaTor*, 12(1), 102-112.
- Pane, M. D. (2018). Hyperreality of Law Between Hoax and Enforcement of Law No. 19 Year 2016: An Actualization of Technology Shift Law Perspective. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 225(19), 13-15.
- Peter, Christy dan Sangeetha, M. (2018). Social Criticism in T.S. Eliot’s The Wasteland. *Laguange in India Journal*, 18(1), 23–35.
- Scott, G.G., & F. C. (2020). Does recent research evidence support the hyperpersonal model of online impression management? *Current Opinion in Psychology*, 36(2), 106–111.
- Segado, Fransisco & Diaz, J. (2020). Social media and its intersections with free speech, freedom of information and privacy. *An Analyst*, 18(1), 231–255.
- Setyaningsih, L. A., & Jatmikowati, S. H. (2019). Media Baru Dalam Komodifikasi Waktu Luang Ibu Rumah Tangga. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(1), 23–32.
- Setyaningsih, L. A. (2020). MEDIA PANICS IBU RUMAH TANGGA SETELAH MENGAKSES BERITA COVID-19 (2020). *Jurnal Nomosleca*, 6(2), 101–110. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/4721/2594>
- Setyaningsih, L. A., Fahmi, M. H., & Molyo, P. D. (2021). Selective Exposure Media Sosial Pada Ibu dan Perilaku Anti Sosial Anak. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.65>
- Situmenang, I. V. ., & Situmenang, I. . (2020). Konstruksi komodifikasi media komunikasi untuk kampanye sosial di Instagram dalam pencegahan virus corona pada new era masyarakat 5.0. *COMMED: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 34–53.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Syahputra, I., & Hafiar, H. (2019). Activities of Netizens on Social Media and Religious Spirituality of Indonesian Millennials in the Era of New Media. *International Journal of Religion & Spirituality in Society*, 9(1).
- Triono, M. A., & Setyaningsih, L. A. (2017). Desain Disonansi Kognitif Sebagai Faktor Anteseden Untuk Penguatan Kualitas Informasi Pada Website. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 1(1), 71–79. <http://eprints.unmer.ac.id>
- Walther, Joseph B. & Van Der Heide, Brandon & Ramirez, Artemio & Burgoon, Judee & Peña, J. (2015). Interpersonal and hyperpersonal dimensions of computer-mediated communication. *The Psychology and Communication Technology.*, 22(3).
- Walther, Joseph B, and M. T. W. (2021). Language, Psychology, and New New Media: The Hyperpersonal Model of Mediated Communication at Twenty-Five Years. *Journal of Language and Social Psychology* \, 40(1), 120–135.
- Walther, J. B. (1996). *Computer-Mediated-Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction*. Sage Publications.
<https://doi.org/http://doi.org/10.1177/009365096023001001>