

Media Sosial Sebagai Ruang Publik

Salman

Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta Timur, 13210

Salman.naning@kalbis.ac.id

Abstract: *The purpose of this study to find out how the pattern of public digital space communications conducted by the community. Currently social media is widely used by the public ranging from ordinary people to the divergent use of social media as an open space media. Approach in this research use qualitative approach with descriptive method. The results of this study indicate that the use of social media as a public space not only become the domination of ordinary people, but social media is also used by government executives such as the president in establishing communication with the people. In community-based social media should, should understand the ethics and norms that apply. Maintaining stability provides true information without any engineering information that can be misleading and harmful to others*

Keywords: *social media, public sphere, information technology, vlog*

Abstrak: *Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi ruang publik digital yang dilakukan oleh masyarakat. Saat ini media sosial banyak digunakan oleh masyarakat mulai dari masyarakat biasa sampai kalangan tertutuppun memanfaatkan media sosial sebagai media ruang terbuka. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa penggunaan media sosial sebagai ruang publik tidak hanya menjadi dominasi masyarakat biasa saja, tetapi media sosial juga dimanfaatkan oleh eksekutif pemerintahan seperti presiden dalam menjalin komunikasi dengan rakyatnya. Dalam bermedia sosial masyarakat hendaknya, harus memahami etika dan norma yang berlaku. Menjaga stabilitas memberikan informasi yang benar tanpa ada informasi yang rekayasa yang dapat menyesatkan dan merugikan masyarakat lainnya*

Kata kunci: *media sosial, ruang publik, teknologi informasi, vlog*

I. Pendahuluan

Maraknya perkembangan teknologi internet saat ini, menyebabkan hampir seluruh masyarakat memanfaatkannya dalam berbagai macam kegiatan untuk mencari informasi ataupun menyebarkan informasi kepada seluruh khalayak masyarakat. Perkembangan tersebut mencakup hampir seluruh sendi kehidupan saat ini, dapat dinikmati melalui internet. Internet sudah mampu menggantikan media massa konvensional seperti, televisi, radio maupun media cetak seperti koran, majalah dan sejenisnya. Perpaduan teknologi teks, suara, gambar yang menjadi hidup karena dapat terjadi secara interaktif, menjadikan internet menjadi media yang sangat unggul saat ini. Perkembangan media massa konvensional menjadi media massa digital atau “media sosial” saat ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi internet itu sendiri. Media

sosial merupakan media online, dimana pengguna media ini dapat berpartisipasi secara interaktif dengan peserta lain, berbagi, maupun menciptakan isi melalui blog, jaringan sosial, maupun forum. (Junaedi, 2011). Media sosial memungkinkan setiap individu dapat berpartisipasi dalam berbagai bentuk wacana di jagad maya. Dengan media sosial setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk menyebarkan informasi sesuai agendanya sendiri, memberikan komentar, bahkan beradu argumentasi dengan individu lainnya. Setiap individu memiliki kesempatan menyuarakan berbagai peristiwa sesuai dengan perspektif masing-masing.

Media sosial yang menjadi turunan internet saat ini menjadi ruang terbuka yang dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat digital. Menurut Poespowardojo “Pemahaman spontan mengenai ruang publik sebagai ranah yang terbuka bagi setiap orang untuk terlibat di dalamnya secara bebas

ternyata secara historis berkembang meninggalkan maknanya yang bersifat spontan, dipahami menjadi sebuah konsep politik yang mengajukan sejumlah syarat bagi setiap orang untuk terlibat di dalamnya. Habermas menyadari makna ruang publik yang secara politis dikonsepsikan sebagai sebuah sistem interaksi yang merefleksikan maknanya yang spontan sebagai sebuah kemungkinan yang terbuka bagi siapa pun untuk terlibat didalamnya” (poespowardojo, 2016: 163)

Media sosial memberikan kesempatan kepada siapapun untuk terlibat didalamnya secara langsung. Banyak masyarakat mengambil kesempatan tersebut untuk sekedar terlibat didalamnya, bagi sebagian masyarakat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan berbagi informasi. Akan tetapi tidak sedikit juga masyarakat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi untuk menampilkan dirinya sebagai bentuk eksistensi keberadaannya. Tidak terlepas masyarakat kelas atas maupun kelas bawah, muda atau tua, laki-laki atau perempuan, bahkan mulai dari pengamen sampai presiden mereka memanfaatkan media sosial untuk mengabarkan informasi apa yang dilakukannya.

Perkembangan media sosial sebagai media ruang publik yang menggantikan media konvensional saat ini, banyak menghasilkan artis-artis digital atau lebih dikenal dengan selegram. Mereka menampilkan kemampuannya sebagai seorang bintang media sosial, hampir seluruh kegiatan yang dilakukan pasti akan ditampilkan di media sosial tersebut. Mulai dari kegiatan bangun tidur, sampai kegiatan tidur lagi menjadi tampilan yang disodorkan pada media sosial mereka. Kehadiran media sosial menjadikan sekat-sekat antara wilayah individu dengan wilayah publik menjadi tersamarkan, ketika masyarakat tidak mampu membedakannya. Mengantisipasi hal tersebut, tentunya harus bijak dalam memanfaatkan media sosial, harus mampu membedakan kapan media sosial jadi wilayah pribadi dan kapan media sosial menjadi media publik yang terbuka.

Kebebasan memanfaatkan media sosial melahirkan kebebasan tersendiri bagi masyarakat, mereka bebas menyuarakan apa yang harus disampaikan pada masyarakat melalui media sosial tersebut, yang mana media sosial merupakan keberhasilan dari kaum kapitalis dalam memberdayakan seluruh lapisan masyarakat. Menurut poespowardojo “Benang merah pemikiran habermas mengenai demokrasi dalam masyarakat yang hidup di era kapitalisme lanjut adalah menciptakan ruang publik yang terbuka bebas bagi semua pihak untuk

terlibat dalam proses pengambilan keputusan publik. Konsep ruang publik yang demikian hanya mungkin tercipta melalui proses komunikasi” (poespowardojo, 2016: 165)

Kehadiran media sosial menjadikan setiap individu menginformasikan setiap kegiatan yang berada disekelilingnya, dapat melakukan liputan secara langsung layaknya seorang jurnalis profesional. Banyak informasi yang didapat dari media sosial yang luput dari berita media massa konvensional. Media sosial sebagai perwujudan konsep ruang publik digital, wajar jika media sosial dimanfaatkan oleh para penggiat demokrasi dalam hal ini para aktor dan elit politik untuk menyebarkan segala bentuk komunikasi politik dalam membangun dan menjaga konstituennya untuk mendapatkan simpati dan juga bentuk pertanggung jawaban yang sudah dilakukan. Hal ini menjadi sangat menarik ketika seorang eksekutif pemerintahan (baca presiden) memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya.

Banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh presiden yang luput dari pemberitaan yang dilakukan oleh media konvensional, untuk mengatasi hal ini presiden memanfaatkan media sosial sebagai ruang publik digital dalam menyampaikan informasi, sehingga presiden selalu menjalin komunikasi kepada rakyatnya. Masyarakat menjadi mengetahui sisi lain dari kehidupan seorang presiden.

Presiden Jokowi memanfaatkan media sosial sebagai ruang terbuka untuk melakukan komunikasi dengan rakyatnya, selain komunikasi interpersonal yang sering dilakukan dengan “blusukan”, presiden faham betul bahwa tidak mungkin dia mampu berkomunikasi secara langsung dengan rakyat dengan turun langsung menjangkau seluruh masyarakat, karena luasnya wilayah dan tentunya kesibukan sebagai presiden hal tersebut tidak memungkinkan. Faham hal tersebut presiden Joko Widodo memanfaatkan media sosial sebagai ruang terbuka digital yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya

apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003: 9).

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003: 3). Para konstruktivis juga percaya bahwa pengetahuan itu ada di dalam diri seseorang yang sedang mengetahui. Penerima pesan sendirilah yang harus mengartikan apa yang telah diajarkan dengan menyesuaikan terhadap pengalaman mereka.

Konstruktivisme didefinisikan sebagai sebuah pembelajaran yang sifatnya generatif. Generatif sendiri disini artinya tindakan mencipta suatu makna dari apa yang dipelajari. Konstruktivisme menyatakan bahwa apa yang dilalui dalam kehidupan selama ini, merupakan himpunan dan pembinaan pengalaman demi pengalaman. Konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu, namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Secara mendasar, konstruktivisme berprinsip bahwa segala tindakan ditentukan oleh konstruk diri sekaligus juga konstruk lingkungan luar dari diri. Konstruktivisme memang merujuk pengetahuan pada konstruksi yang sudah ada di benak subjek. Namun, konstruktivisme juga meyakini bahwa pengetahuan bukanlah hasil sekali jadi, melainkan proses panjang sejumlah pengalaman. Ardianto dan Q Annes (2011: 154), "konstruktivisme merupakan salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan individu adalah hasil konstruksi (bentukan) individu sendiri".

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sugiyono mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi

(gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2007: 1). Dengan digunakan metode kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: (a) Data primer yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang dilakukan kepada subjek penelitian; dan (b) Data Sekunder yang dilakukan pada penelitian ini didapat melalui literatur dan media antara lain website

D. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data melalui model analisis data interaktif Miles dan Huberman, dengan aktivitas sebagai berikut: (1) Data display. Pada tahap ini peneliti melakukan aktivitas pengumpulan data primer dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan informan-informan pada penelitian ini; (2) Reduction. Setelah data-data berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang dilakukan tersebut dikumpulkan dalam bentuk transkrip wawancara tahap selanjutnya adalah melakukan reduksi atau penyortiran data, dengan cara memilih hasil wawancara dan membuat mapping sesuai dengan topik kajian yang diangkat peneliti, melihat temuan-temuan yang didapat dari hasil wawancara; dan (3) Conclusion drawing/ferification. Setelah mendapatkan temuan-temuan dari hasil wawancara mendalam dan juga membuat mapping yang disesuaikan dengan topik kajian penelitian yang diangkat oleh peneliti. (Sugiyono, 2009: 244).

E. Media Siber

Banyak penyebutan yang bisa disematkan untuk media siber (cybermedia) dalam literatur akademis, misalnya media *online*, *digital media*, media virtual, *e-media*, *network media*, media baru, media web, dan sebagainya. Penyebutan ini merujuk pada karakteristik maupun hal teknis seperti teknologi itu sendiri. Namun, pada intinya beragam penyebutan itu memiliki muara yang sama, yakni merujuk pada perangkat media baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*). Juga pengguna term *cybermedia* dirasa penulis lebih sesuai karena, *pertama*, kata itu bisa dimasukkan dalam kelompok kajian *cyber* seperti *cyberculture* atau budaya siber

yang sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa penyebutan media tidak sekedar merujuk pada teknologi, melainkan juga pada aspek-aspek sosial, politik, ekonomi, budaya, dan sebagainya. *Kedua*, kata, kata *cyber* itu sendiri merupakan diskursus yang bisa ditelusuri dan mengandung makna yang cukup luas. (Nasrullah, 2013: 16).

Media sosial merupakan salah satu bagian dari media siber yang banyak pemakainya. Menurut P.N. Howard dan M.R Parks (2012) – Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri. Sedangkan menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) – Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain. Jhon Blossom (Blossom, 2009), membuat kategorisasi definisi dari berbagai perspektif, seperti berikut: (1) Akses dan ruang lingkup media sosial dapat berbagai macam, mulai dari teknologi yang digunakan, maupun khalayak penggunaannya. Media sosial menggunakan teknologi informasi komunikasi mutakhir. kemampuan media sosial untuk menjangkau khalayak dalam skala besar telah digunakan untuk berbagai kepentingan, terutama kepentingan ekonomi bisnis yang terlihat dalam publikasi. Dengan media sosial, dalam waktu singkat jutaan khalayak berdampak dari publikasi yang disampaikan melalui media sosial; (2) Dengan media sosial khalayak dapat berkomunikasi baik secara kelompok maupun secara individu. Khalayak media sosial saling terhubung satu dengan lainnya, dimana hubungan yang terjalin pada khalayak ini sifatnya setara. Berbeda dengan media massa yang sifatnya “satu untuk banyak”, media sosial bersifat “banyak untuk banyak”. Dalam konteks komunikasi yang “satu untuk banyak”, seseorang atau kelompok tertentu mendesain pesan untuk didistribusikan kepada orang/kelompok lain. Dengan kata lain, kelompok penyebar informasi ini mempunyai otoritas untuk memilah dan membagi informasi apa yang layak dan perlu dikonsumsi oleh khalayak banyak. Sebaliknya, khalayak tidak memiliki akses

ataupun otoritas untuk menyebarluaskan informasi yang dianggapnya. Biasanya hal tersebut terjadi pada media massa konvensional, dimana ada sekelompok anggota dewan redaksi sebagai penjaga pintu “*gate keeper*”, yang kemudian memutuskan informasi yang layak disebarkan untuk khalayak.; dan (3) Media sosial memungkinkan terjadinya pengaruh. Akan tetapi, pengaruh yang diperoleh oleh setiap orang tidak dapat diprediksikan. Besar kecilnya pengaruh sebuah informasi di media sosial bergantung pada seberapa penting informasi tersebut bagi khalayak. Sebuah gagasan atau informasi bisa saja diadopsi oleh banyak orang karena persebarannya di dunia maya sangat luas. Akan tetapi bisa saja sebuah gagasan lainnya tidak memiliki pengaruh luas karena kurangnya ketertarikan khalayak terhadap gagasan/informasi tersebut. Melihat situasi ini, sebenarnya dapat dikatakan bahwa khalayak pada media sosial lebih digdaya dibandingkan dengan khalayak pada media massa, karena mampu memilah sendiri informasi yang penting untuk disebarluaskan.

Media sosial menjadi bagian dari diri pemakainya, media sosial digunakan sebagai bagian eksistensi diri pemakainya, maupun penyebaran opini. Saat ini, media sosial menjadi bagian penting dari identitas pemakainya.

F. Ruang Publik

Ruang publik merupakan bagian terpenting negara demokrasi. Demokrasi dapat berjalan dengan baik jika dalam suatu negara terdapat ruang publik yang setara (*egaliter*), dimana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan menyampaikan idenya (Littlejohn, 2009). Dalam perkembangan demokrasi modern, kesetaraan mencakup seluruh individu warga negara dan tidak terfokus pada kelompok-kelompok kepentingan tertentu. Berbagai macam ide maupun gagasan mendapat porsi yang sama di masyarakat. Menurut Habermas demokrasi yang memiliki legitimasi tidak semata persoalan legitimasi oleh suara mayoritas. Akan tetapi, lebih kepada adanya proses diskusi melalui pertimbangan dan alasan yang rasional. Habermas mengemukakan hal tersebut pertama kali pada tahun 1962 lewat bukunya *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Buku ini menggambarkan “transformasi dan kehancuran virtual rasionalitas ruang publik yang tengah berkembang pada abad 19 dan 20 di Inggris, Perancis, dan Jerman” (Johnson, 2006: 19). Dalam pandangan Habermas, ruang publik yang berkembang pesat pada masa itu seharusnya mampu mengedepankan proses

rasional. Akan tetapi, dalam kenyataannya justru terjadi pengekangan kebebasan dan dominasi. Inilah yang kemudian disebut sebagai ruang publik borjuis. Ruang publik ini dikuasai oleh sekelompok borjuis yang justru kemudian seolah mengambil alih ruang publik dari negara dan tidak memberikan kesempatan yang sama pada elemen masyarakat lainnya.

Ruang Publik sendiri diperkenalkan oleh Jurgen Habermas, seorang filsuf dan sosiolog dari Jerman. Habermas lahir pada 18 Juni 1929 di Düsseldorf dan besar di Gummersbach, Jerman (Kuper, 1999). Secara defenitif menurut Habermas ruang publik dapat didefenisikan sebagai “ruang yang terletak diantara komunitas ekonomi dan negara tempat publik melakukan diskusi yang rasional, membentuk opini mereka, serta menjalankan pengawasan terhadap pemerintah” (Saleh, 2004: 49). Rouser, seperti dikutip oleh Toulouse (1998) mengungkapkan terdapat tiga prinsip utama dalam ruang publik (Saleh, 2004) yaitu: (1) Akses yang mudah terhadap informasi. Teknologi masa kini memungkinkan anggota masyarakat untuk mendapatkan akses terhadap informasi. Pada masa awal ruang publik berkembang, akses ini hanya dimiliki oleh sebagian kecil kelompok masyarakat, dalam hal ini kaum borjuis. Keberadaan publik sphere kemudian semakin berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan media massa. Media massa semakin memungkinkan setiap anggota masyarakat untuk menyampaikan ide maupun gagasannya untuk dibicarakan di forum-forum publik. Akan tetapi, keberadaan media massa dalam ruang publik kemudian memunculkan persoalan sendiri ketika kepemilikan media massa terkonsentrasi pada sekelompok kecil pengusaha media. Ditambah pula dengan kepentingan politik para pemilik media yang turut memberi warna dalam isi pemberitaannya. Hal ini lah yang kemudian membuat ketidaksetaraan dalam politik; (2) Tidak ada hal yang istimewa (*privilege*) terhadap peserta. Hal ini diartikan bahwa setiap anggota masyarakat memiliki kesetaraan dalam proses komunikasi penyampaian gagasannya. Tidak ada kelompok yang lebih dominan atas kelompok lainnya; dan (3) Peserta/partisipan mengemukakan alasan rasional dalam berdiskusi mencari konsensus. Alasan rasional menjadi syarat penting terwujudnya ruang publik yang baik. Rasionalitas dalam debat akan menjamin bahwasanya debat yang berlangsung adalah debat yang dapat dipertanggungjawabkan dengan sumber informasi yang benar dan tepat, sehingga dapat menghindarkan terjadinya debat kusir ataupun pertarungan emosional antar partisipan. Gagasan mengenai ruang publik ini banyak mendapat

tanggapan dari para ilmuwan komunikasi. Habermas sendiri, sesuai dengan gagasan mengenai tindakan komunikatif sebagai bagian dari penerapan ruang publik ideal yang dikembangkannya menerima dengan baik beragam kritik tersebut. Kritik ini sendiri dianggap sebagai bagian dari pengembangan keilmuan ruang publik yang membangun gagasan tersebut kedepannya. Laclau mengkritik ruang publik sebagai “bentuk universalitas yang naif” (Garnham, 2007: 205). Pendapat ini didasari pandangan bahwa idealisme dalam ruang publik justru dapat memicu publik untuk memberi pendapat yang dianggap tidak merugikan atau disukai dibandingkan dengan pendapat yang jujur tapi disampaikan dengan cara yang menyakitkan. Dengan kata lain, ruang publik ideal ini justru memicu kemunafikan dalam masyarakat itu sendiri.

Menurut Habermas, bahwa aktivitas komunikasi diruang publik harus berorientasi pada klaim yang valid yang secara nyata berbeda, tetapi terkait dan saling melengkapi satu sama lain, yaitu: Klaim kebenaran (*truth*), yaitu klaim menyangkut dunia alamiah objektif; Klaim ketepatan (*rightness*), yaitu klaim tentang pelaksanaan norma-norma sosial; Klaim authensitas atau kejujuran (*sincerety*), yaitu klaim tentang kesesuaian antara batin dan ekspresi; dan Klaim komprehensibilitas (*comprehensibility*), yaitu klaim tentang kesepakatan karena terpenuhinya tiga klaim di atas sebagai alasan yang mencukupi untuk konsensus. (Poespowardjojo, 2016: 167)

Tabel 1. Kompetensi komunikatif

Klaim Validitas	Karakteristik	Fungsi	Imbalan
Comprehensibility	Bahasa yang bisa Dipahami	Berkomunikasi	
Truth	Isi Proposisional yang bisa diverifikasi	Merepresentasikan fakta: dengan akurat menggambarkan dunia	Penalaran
Normative rightness	Normatif	Menetapkan legitimasi	Penalaran
Truthfulness	Pengakuan	Menyampaikan kebenaran dengan tulus dan penuh niat baik	Tindakan konsisten

Syarat-syarat validitas klaim menurut Habermas dalam Poespowardjojo meliputi: (1) Kebebasan setiap orang untuk mengatakan/berbicara (*uttering*) tentang sesuatu yang secara rasional dapat dipahami; (2) Menyatakan sesuatu (*something*) yang dapat dimengerti tanpa memaksa kepada pihak lain sebagai lawan bicara; dan (3) Meyakinkan diri sendiri (*himself*) bahwa meliputi pernyataan (1) dan (2) diri sendiri bisa dimengerti, dan (4) akhirnya bersama-sama penutur dan lawan bicara dapat sampai pada pemahaman satu sama lain (CES, 2). Terpenuhinya syarat-syarat diatas memungkinkan penutur dan lawan bicara saling mengerti (*Verständing*) sebagai alasan untuk mencapai kesepakatan (*Einsverständnis*). (Poespowardjojo, 2016: 167-168)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai bentuk media sosial yang dimanfaatkan oleh presiden Joko Widodo, mulai dari Facebook, twitter, youtube, instagram dan lain-lainnya. Bahkan akhir – akhir ini presiden faham betul memanfaatkan media sosial tersebut sebagai sarana komunikasi dan menyebarkan informasi terkait dengan kegiatan pribadinya dilingkungan istana kepresidenan. Banyak bentuk informasi yang disampaikan oleh presiden Joko Widodo kepada masyarakat, mulai dari pemberian makan ikan dan burung yang berada dilingkungan istana, bahkan sampai menginformasikan kambing peliharaannya melahirkanpun, tidak luput disampaikan oleh presiden dalam media sosial.

Berbagai pendapat yang dikemukakan oleh masyarakat terkait dengan kegiatan presiden memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat, seperti yang dikemukakan oleh Rustini, salah satu narasumber, seperti berikut ini: “Senang, karena saya bisa mengetahui apa yang dilakukan oleh presiden diluar dari acara protokoler yang biasanya melekat dengan presiden, selama yang saya tahu jarang sekali presiden memiliki waktu luang diluar dari memikirkan negara, apalagi sampai presiden memelihara binatang peliharaan”.

Kegiatan presiden “sarungan” yang selama ini luput dari berita konvensional muncul di media sosial, dan masyarakat menjadi tahu bahwa seorang presiden merupakan manusia biasa, yang sehari – harinya menggunakan sarung, sandal jepit dan bercengkerama dengan hewan piaraannya. Hal tersebut merupakan yang sangat alamiah terjadi pada setiap manusia, sangat sesuai dengan masyarakat kebanyakan, tidak terlihat perbedaan yang sangat mencolok antara presiden dan rakyatnya. Bentuk komunikasi pada media sosial yang dilakukan oleh presiden Joko Widodo dalam menginformasikan segala kegiatan yang berada dilingkungannya mendapat apresiasi yang tinggi dari masyarakat. Yang menarik disini, selain kegiatan kepresidenan informal juga presiden Joko Widodo menggunakan media sosial dalam kegiatan formal kenegaraan seperti, saat menerima kunjungan raja Salman dari Arab Saudi beberapa waktu lalu.

Berbicara pemanfaatan media sosial sebagai ruang publik tidak semata menjadi milik presiden Joko Widodo, tetapi Presiden sebelumnya yaitu Presiden Susilo Bambang Yudoyono juga memanfaatkan media sosial sebagai ajang komunikasi kepada masyarakat. Didunia banyak eksekutif

pemerintahan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan rakyatnya seperti Presiden Amerika Serikat Barack Obama, bahkan kemenangan Obama dalam pemilihan presiden Amerika Serikat tidak terlepas dari peran media sosial sebagai media massa digital.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Habermas dalam Poespowardjojo, bahwa aktivitas komunikasi berorientasi pada klaim yang valid yang secara nyata berbeda, tetapi terkait dan saling melengkapi satu sama lain, yaitu: Klaim kebenaran (*truth*), yaitu klaim menyangkut dunia alamiah objektif; Klaim ketepatan (*rightness*), yaitu klaim tentang pelaksanaan norma-norma sosial; Klaim authenticitas atau kejujuran (*sincerety*), yaitu klaim tentang kesesuaian antara batin dan ekspresi; dan Klaim komprehensibilitas (*comprehensibility*), yaitu klaim tentang kesepakatan karena terpenuhinya tiga klaim di atas sebagai alasan yang mencukupi untuk konsensus. (Poespowardjojo, 2016: 167)

Tabel 1. Kompetensi komunikatif menurut Habermas

Klaim Validitas	Karakteristik	Fungsi	Imbalan
Comprehensibility	Bahasa yang bisa Dipahami	Berkomunikasi	
Truth	Isi Proposisional yang bisa diverifikasi	Merepresentasikan fakta: dengan akurat menggambarkan dunia	Penalaran
Normative rightness Truthfulness	Normatif Pengakuan	Menetapkan legitimasi Menyampaikan kebenaran dengan tulus dan penuh niat baik	Penalaran Tindakan konsisten

Syarat-syarat validitas klaim menurut Habermas dalam Poespowardjojo meliputi: (1) Kebebasan setiap orang untuk mengatakan/berbicara (*uttering*) tentang sesuatu yang secara rasional dapat dipahami; (2) Menyatakan sesuatu (*something*) yang dapat dimengerti tanpa memaksa kepada pihak lain sebagai lawan bicara; dan (3) Meyakinkan diri sendiri (*himself*) bahwa meliputi pernyataan (1) dan (2) diri sendiri bisa dimengerti, dan (4) akhirnya bersama-sama penutur dan lawan bicara dapat sampai pada pemahaman satu sama lain (CES, 2). Terpenuhinya syarat-syarat diatas memungkinkan penutur dan lawan bicara saling mengerti (*Verständing*) sebagai alasan untuk mencapai kesepakatan (*Einsverständnis*). (Poespowardjojo, 2016: 167-168)

Metode untuk merumuskan validitas klaim berlaku baik dalam logika diskursus teoretis maupun logika diskursus praktis. Logika diskursus membahas struktur dan syarat mengenai suatu klaim: apakah dapat diterima atau ditolak secara argumentatif. Logika diskursus praktis membahas tentang diskursus tentang moralitas, sebagaimana nyata dalam kehidupan sehari-hari. Diskursus teoritis dapat membantu pembenaran moralitas dalam

pengalaman duni kehidupan sehari-hari. Apa yang benar (praksis moral) dapat dipertanggungjawabkan secara argumentatif (diskursus teoretis). Perumusan hukum berlaku universal sejauh didasarkan pada kebenaran moral. Hukum universal sebagai prinsip rasional harus merefleksikan apa yang nyata sebagai pengalaman moral. (Poespowardojo, 2016: 168)

Masih menurut poespowardojo, syarat-syarat komunikasi menurut teori etika diskursus adalah: (1) Setiap orang yang mampu berbicara dan bertindak diizinkan mengambil bagian dalam pembicaraan bersama; (2) Setiap orang diizinkan untuk mempersoalkan atau menerima apapun yang dibicarakan, Setiap orang diizinkan untuk menyatakan pendapatnya tentang apapun dalam pembicaraan bersama, Setiap orang diizinkan untuk menyatakan sikap, keinginan, dan kebutuhannya; dan (3) Tidak ada orang yang dihalangi berpendapat menyangkut hak-haknya seperti disebut dalam (1) dan (2), baik oleh tekanan di dalam proses pembicaraan maupun oleh tekanan dari luar. (poespowardojo, 2016:169)

Dalam *communication and the evolution of society* (1979), Habermas menguraikan perkembangan masyarakat sebagai sebuah proses rasionalisasi dari komunikasi dunia kehidupan yang bersifat spontan terdiferensiasi ke dalam berbagai subsistem sosial yang bersifat objektif. Proses rasionalisasi ini sebagai transformasi sosial terjadi di dalam dunia kehidupan, yang terstruktur secara komunikatif, maka apa yang terjadi sebagai akibat diferensiasi harus dikonfirmasi validitasnya, menurut prinsip-prinsip komunikasi dunia kehidupan, apabila subsistem sosial yang sudah terbentuk harus merealisasikan tujuan-tujuannya dalam kaitan dengan masyarakat. Subsistem sosial politik dan ekonomi dapat berlangsung menurut prinsip-prinsip hubungan objektif, demi keberhasilan subsistem-subsistem tersebut untuk merealisasikan tujuan-tujuannya. Akan tetapi, apabila subsistem-subsistem sosial terbentuk melakukan sesuatu dalam kaitan dengan kepentingan masyarakat, maka prinsip-prinsip komunikasi bersifat objektif harus merefleksikan hubungan-hubungan sosial dalam dunia kehidupan yang bersifat spontan. Standar validasinya adalah rasionalitas komunikatif, yakni apa yang secara publik disepakati atau dapat disepakati secara rasional. (Poespowardojo, 2016: 170)

Terkait penggunaan media sosial yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo, tentunya ada beberapa hal sangat menarik untuk ditayangkan dan disebarluaskan sebagai informasi kepada masyarakat, kegiatan tersebut merupakan bentuk komunikasi presiden kepada rakyatnya. Akan tetapi ada beberapa hal yang

harusnya tidak perlu disebarluaskan sebagai informasi karena ada beberapa etika yang harus dipatuhi, seperti pada kegiatan – kegiatan formal kenegaraan, cukup informasi didapat masyarakat dari media massa konvensional seperti Televisi, Radio ataupun media cetak lainnya.

Jelaslah disini media sosial sebagai ruang terbuka publik, dalam menggunakannya dan pemanfaatannya tentunya ada aturan-aturan atau etika norma dan prinsip-prinsip komunikasi sosial yang mengikat setiap masyarakat digital itu sendiri, setiap informasi yang disajikan harus mampu dipertanggungjawabkan. Setiap informasi harus mengandung kebenaran, tidak sepatutnya media sosial sebagai ruang publik dimanfaatkan untuk menyebarkan kebencian, permusuhan ataupun digunakan untuk menghimpun kekuatan dalam kegiatan yang dapat merugikan kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

IV. SIMPULAN

Masyarakat sebagai individu dan makhluk sosial, tentunya tidak terlepas dalam kegiatan berkomunikasi dengan individu lainnya. Sebelum perkembangan teknologi internet, kegiatan komunikasi massa dan ruang terbuka publik banyak menggunakan media konvensional seperti televisi, radio, koran, majalah dan media lainnya. Saat ini hal tersebut sudah bergeser dalam pemanfaatan ruang publik dimasyarakat dengan hadirnya teknologi internet umumnya dan media sosial khususnya. Pemanfaatan media sosial sebagai media terbuka publik tidak hanya menjadi dominasi masyarakat biasa saja, tetapi media sosial juga dimanfaatkan oleh eksekutif pemerintahan seperti presiden dalam menjalin komunikasi dengan rakyatnya. Kehadiran media sosial mampu menghilangkan celah yang tadinya tersembunyi dan tidak diketahui oleh masyarakat luas, menjadi terbuka dan dapat diketahui oleh masyarakat.

V. DAFTAR RUJUKAN

- Ardianto, E. (2007), *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Blossom, J., (2009), *Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future*, Indianapolis, Wiley Publishing, Inc.
- Edkins, J. dan Nick V. W. (2009). *Teori-teori Kritis Menantang pandangan Utama studi Politik Internasional*. Yogyakarta. Penerbit Baca.
- Garnham, N. (2007), *Habermas and Public Sphere*, Global Media and Communication Journal Volume 3, London, Sage Publications.

Hidayat, D. N. (2003), *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.

Junaedi, F. (Eds), (2011). *Komunikasi 2.0, Teoritisasi dan Implikasi*, Yogyakarta, ASPIKOM.

Johnson, Pauline, (2006), *Habermas; Rescuing The Public Sphere*, New York, Roudledge-Taylor Francis Library

Kuper, A, & Kuper, J. (Eds), (1999), *The Social Science Encyclopedia*, London, Routledge -Taylor Francis.

Littlejohn, S. W. & Foss, K.A. (Ed), (2009), *Encyclopedia of Communication Theory*, California, Sage Publications.

Poespowardojo, S. dan Alexander S., (2016),. *Diskursus Teori-teori Kritis*. Jakarta. Kompas Media Nusantara

Saleh, R., (2004), *Potensi Media sebagai Ruang Publik*, Jurnal Thesis Volume III/No. 2, Mei – Agustus 2004, Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Departemen Ilmu Komunikasi UI.

Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta. Bandung.

KALBE BISNIS
Jurnal Bisnis dan Komunikasi