

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan media internet saat ini di Indonesia dinilai sudah semakin maju dan menunjukkan peningkatan yang cukup besar, ini terbukti lewat data yang dikeluarkan oleh *internet world stats*, dimana telah terjadi peningkatan pengguna internet dari tahun 2000 sekitar 2 jutaan hingga 2008 telah mencapai 25 juta. Internet seolah telah menjadi kebutuhan bagi banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Secara tidak sadar perkembangan internet jugalah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, politik dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi masyarakat, perusahaan / industri maupun pemerintahan.

Kehadiran internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh individu, badan usaha dan lembaga lainnya.

Seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat banyak fasilitas yang ditawarkan oleh adanya internet, misalnya situs jejaring sosial.

Menurut situs wikipedia.com sosial adalah suatu struktur sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Layanan jejaring sosial berbasis web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain.

Salah satu jenis situs jejaring sosial yang saat ini tengah diminati oleh masyarakat khususnya kalangan pelajar, mahasiswa, berbagai komunitas yaitu twitter.

Twitter adalah sebuah *situs web* yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., yang menawarkan *jejaring sosial* berupa *mikroblog* sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan(*tweets*). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut. Twitter menjadi sebuah

fenomena baru dalam dunia internet, Sejak dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, Twitter telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Hal ini kadang-kadang digambarkan sebagai "SMS dari internet".

Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide twitter dimana individu bisa menggunakan SMS layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007. Popularitas Twitter mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat festival South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung, penggunaan Twitter meningkat dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000. Reaksi di festival itu sangat positif. Pada tanggal 14 September 2010, Twitter mengganti logo dan meluncurkan desain baru.

Di Indonesia, Twitter sangat populer. Terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh telepon seluler yang ada serta aplikasi yang mendukung. hal ini membuat Indonesia menduduki peringkat ke enam sebagai negara dengan pengguna Twitter terbanyak, meski Amerika masih menjadi negara nomor satu untuk urusan Twitter.

Menurut Digayuza Setiawan dalam panduan praktis mengoptimalkan twitter (2009 ;1) "Kalau anda senang mengikuti aktivitas

apakah itu teman, keluarga, artis, politikus dan lain-lain anda patut mencoba situs twitter. Bila bergabung dengan situs ini anda dapat mengetahui aktivitas seseorang kapanpun anda mau baik di komputer maupun *handphone*.”

Begitupun dengan alasan masyarakat menggunakan twitter yaitu :

1. Pesan yang singkat.

Satu hal terbaik tentang menggunakan twitter adalah bahwa twitter memungkinkan masyarakat pengguna twitter membuat sebuah pesan yang singkat dan mudah dibaca oleh setiap orang.

2. Kecepatan

Seperti pengguna blog atau *RSS feed*, masyarakat bisa mendapatkan akses ke orang-orang yang menggunakan twitter secara teratur. Dipastikan masyarakat dapat menghubungi pengguna twitter yang lain dimanapun berada. Masyarakat bisa melakukan update terbaru tentang apa yang sedang dilakukan dan dapat melihat aktifitas orang-orang yang ingin diketahui.

3. Informasi *up to date*

Dengan mengikuti akun twitter lainnya sebagai followers masyarakat dapat mendapatkan informasi terbaru secara *real time*, mulai dari informasi tentang perkembangan industri, bisnis, *infotainment* hingga perkembangan politik.

Situs jejaring sosial juga telah memiliki tempat dihati sebagian orang-orang terkenal salah satunya Presiden Amerika Serikat Barack Obama yang menggunakan facebook sebagai sarana kampanye politiknya. Dan saat ini Indonesia tidak jauh berbeda, seolah terinspirasi kini banyak para calon legislatif atau calon gubernur di era kampanye PILKADA 2012 ini memanfaatkan situs jejaring sosial yakni twitter sebagai sarana kampanye, jadi tidak hanya melalui poster dan baliho di jalan-jalan namun kini mulai menjamur di situs jejaring sosial sedang banyak diminati yaitu twitter.

Salah satu contoh calon gubernur yang mengikuti pilkada dengan kampanye melalui situs jejaring sosial yaitu joko widodo. Seperti yang dikutip Solopos, “Jokowi bersama pasangannya dalam Pilkada DKI, Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok. Jokowi menyatakan bakal memilih cara kampanye yang hemat seperti melalui jejaring sosial internet.”(27/3/2012). Joko Widodo (Jokowi) memilih memaksimalkan penggunaan jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* untuk sarana kampanye pencalonan dirinya sebagai gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta, Juli mendatang. Hal itu dikatakan Jokowi ketika ditegaskan kembali mengenai metode kampanye.

Kampanye dilakukan melalui fasilitas-fasilitas twitter seperti fasilitas *status update*, fasilitas *mention foto*, fasilitas *mention status*, fasilitas *retweet*, juga *messages*.

Karena perkembangan dan pertumbuhan para pengguna twitter itulah para politisi dengan jeli melihat bahwa twitter dapat dimanfaatkan sebagai sarana kampanye dalam menarik si pengguna twitter yang menjadi pemilih atau memberi suara pada pemilihan kepala daerah 2012 ini.

Peneliti memperoleh data dari twitter, para cagub dan cawagub memiliki akun twitter. Diperoleh pada tanggal 23 April 2012 H.Fauzi Bowo 22.472 *followers*, Alex Noerdin 2.056 *followers* Hendarji Soepanji 843 *followers*, Hidayat Noerwahid 46.160 *followers*, FaisalBiem 47.834 *followers*, Joko widodo 130.018 *followers*, Ahok Basuki T Purnama 7.762 *followers*, Didik J Rachbini 26.605 *followers*.

Terpaan situs jejaring sosial twitter sebagai sarana kampanye politik disimpulkan dengan frekuensi keseringan melihat, durasi dengan lamanya melihat, dan atensi melalui faktor eksternal penarik perhatian maupun faktor internal perhatian twitter. Dengan keterangan yang dijelaskan diatas peneliti melihat masyarakat juga menggunakan twitter sebagai sarana kampanye para cagub dan cawagub sehingga masyarakat mengetahui profil, program-program dan kegiatan-kegiatan cagub dan cawagub melalui tweet para cagub dan cawagub.

Namun seiring dengan maraknya kampanye tersebut akan menimbulkan sikap yang dapat bersifat positif dan negatif. Dalam sikap positif, kecenderungan tindakan untuk mendekati, menyenangi,

mengharapkan objek tertentu sesuai dengan yang mereka terima. Sedangkan dalam sikap negatif terdapat kecenderungan untuk menjauhi, membenci, tidak menyukai objek tertentu.

Pro dan kontra semakin bermunculan dengan adanya kegiatan kampanye melalui situs jejaring sosial twitter. Salah satu contoh dari hubungan dari keseringan melihat, kelamaan melihat twitter dan faktor eksternal/internal penarik perhatian dari twitter sebagai sarana kampanye dengan sikap positif atau negatif masyarakat. Sebuah gerakan yang menamakan dirinya #pilihylbhbaik sedang menjadi topik hangat di media sosial twitter. Beragam komentar tak hanya membahas seputar politik, namun juga kegiatan sosial dan ekonomi. Mulai soal pemilihan Calon Gubernur (Cagub) DKI Jakarta hingga rencana kenaikan BBM yang sarat kontroversi.

Sejumlah tokoh-tokoh masyarakat yang dikenal vokal seperti Pandji Pragiwaksono, Butet Kartaredjasa dan Sudjiwo Tedjo turut memberikan komentar yang bernada sindiran. Butet Kartaredjasa dari akun @masbutet misalnya, menulis soal Cagub DKI Jakarta, “Harus dites dulu cagubnya sehat apa nggak? Tes Otaknya, jangan-jangan isinya tomcat. Cek kumisnya, jangan-jangan beracun.” Masih seputar Cagub DKI, Sudjiwo Tedjo alias Don Tejo Corleoncuk dari akun @sudjiwotedjo menulis, “Iwak peyek nasi Foke, makin tuek makin oke.” Sementara Pandji Pragiwaksono dari akun @pandji menghimbau soal kekayaan

Cagub, “Sebaiknya sumber dana kampanye dan daftar kekayaan cagub dan cawagub harus dipublikasi dan diawasi.”

Gerakan pilih yang lebih baik sepertinya sebuah himbauan ke masyarakat untuk menentukan pilihan yang terbaik. Gerakan ini hadir melalui situs jejaring sosial twitter seperti memberi saran bahkan kritik kepada masyarakat agar menjadi pemilih yang benar dan peduli akan tindakan kampanye politik yang ada di twitter. Dan partisipasi masyarakat dalam menyuarakan aspirasinya dalam gerakan ini, menjadi bukti bahwa mereka ingin menjadikan Jakarta khususnya dan Indonesia pada umumnya, menjadi lebih baik. Ini adalah salah satu bentuk contoh dari sikap positif dan negatif sebagian mahasiswa yang melihat kampanye politik di situs jejaring sosial twitter.

Menurut Azwar dalam buku “Manusia sikap dan pengukurannya” sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, konatif, yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap sesuatu objek. Sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afektif), pemikiran (kognitif), predisposisi tindakan (konatif) seseorang terhadap sesuatu lingkungan sekitarnya. Azwar(1995:5)

Berdasarkan keterangan diatas membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan terpaan situs jejaring sosial twitter dengan sikap mahasiswa terhadap twitter sebagai sarana kampanye politik pemilihan kepala daerah 2012 dimana twitter hanya sebagai sarana atau media kampanye politik yang memiliki tujuan untuk mendapatkan suara



para pemilih yang menggunakan twitter terhadap kampanye politik di dalam twitter dan terhadap twitter itu sendiri.

Melalui kampanye politik tersebut akan menimbulkan sikap-sikap seperti apa saja, sebagai faktor penentu adalah golongan pengguna twitter yang pernah melihat kampanye politik di twitter.

Melalui riset awal kepada mahasiswa fikom Universitas Esa Unggul dimana para menggunakan blackberry dan menggunakan aplikasi twitter, peneliti mendapati bahwa sebagian besar mahasiswa yang membuat account twitter, karena itu peneliti menjadikan mahasiswa fikom esa unggul sebagai objek penelitian , selain menggunakan account twitter, masyarakat yang ingin mengetahui informasi perkembangan politik, seperti siapa saja calon gubernur nanti, bagaimana latar belakang dan program-program yang akan dibuat oleh para calon gubernur melalui tweet mereka. Mahasiswa ini juga pernah melihat kampanye politik melalui twitter yang mereka miliki.

## 1.2 Rumusan Masalah

Menurut (Krisyantono 2008 : 77) perumusan masalah dirumuskan dalam kalimat tanya. Perumusan masalah mengandung konsep-konsep yang akan diriset atau dengan kata lain berada dilevel konseptual.

Peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

“Apakah Ada hubungan terpaan situs jejaring sosial twitter dengan sikap mahasiswa terhadap twitter sebagai sarana kampanye politik pemilihan kepala daerah Jakarta 2012 ”

### 1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui hubungan situs jejaring sosial twitter sebagai sarana kampanye politik cagub terhadap sikap mahasiswa fikom universitas esa unggul pada pilkada 2012

### 1.4 Manfaat penelitian

#### 1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sumbangan atau mengembangkan ilmu komunikasi dan menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan ilmu komunikasi.

#### 1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada para praktisi politik yang berkampanye melalui twitter, sejauh mana kampanye politik didalam twitter mampu menerpa dan kemudian disikapi oleh para pengguna twitter sehingga menjadi alat ukur keberhasilan mereka dalam berkampanye menggunakan twitter.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### ➤ Bab I

Pendahuluan peneliti menjabarkan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### ➤ Bab II

Tinjauan pustaka bab ini menguraikan mengenai landasan teori yang terdiri dari kerangka teori yang terdiri dari kerangka teori dan kerangka pemikiran.

### ➤ Bab III

Metode penelitian Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, bahan penelitian unit analisis, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data

### ➤ Bab IV

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian yang sedang diteliti oleh penulis.

Dalam bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian dan membahasnya untuk menemukan jawaban dari penelitiannya yang telah dilakukan.

➤ Bab V

Berisikan tentang kesimpulan dan saran yang telah dilakukan peneliti. Serta saran berisikan masukan-masukan dari peneliti kepada politikus dan situs jejaring sosial twitter.