

Pemanfaatan internet sebagai sarana publikasi aktor politik : studi kasus Situs Web m-amienrais.com

A. Judhie Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75055&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini mengkaji pemanfaatan internet oleh aktor politik sebagai sarana publikasi dalam rangka menghadapi pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung oleh rakyat yang akan dilaksanakan Juli 2004, khususnya dari sisi yang menjadi kajian ilmu komunikasi, yakni seperti apakah penyajian pesan persuasif dan sejauh mana internet dimanfaatkan oleh aktor politik. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang penulisan situs web aktor politik, mencoba menguak makna guna memperoleh pemahaman terhadapnya dan mengetahui bagaimana interaktivitas diterapkan dalam situs web aktor politik serta bagaimana pola updating pesan politik berikut beritanya.

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, penelitian ini menggunakan metode penelitian case study atau studi kasus karenanya bersifat kualitatif. Subyek penelitian adalah situs web aktor politik yaitu m-amienrais.com. Sedangkan obyek penelitian adalah: (1) Elemen pesan, yaitu setiap sub-kategori terkecil dari muatan pesan yang tampil berupa fitur/fasilitas dalam proses publikasi pada seluruh halaman web aktor politik yang diambil sebagai sampel penelitian, mulai dari halaman pertama hingga halaman terakhir; (2) Organisasi pesan, yaitu bentuk penyusunan atau pengelompokkan kategori elemen-elemen pesan yang ada pada situs web aktor politik yang diambil sampel; (3) Struktur pesan, yaitu bentuk hubungan antar elemen pesan dan organisasi pesan dalam situs web aktor politik; (4) Fasilitas interaktif yang disediakan; dan (5) Pola updating pesan dan berita.

Penelitian ini menemukan bahwa penulisan pesan situs web aktor politik terpolakan berdasarkan lima kategori utama muatan pesan: (1) pesan-pesan yang berkaitan dengan promosi dan publikasi aktor politik, (2) pesan-pesan yang berkaitan dengan komunikasi antara aktor politik dengan pengunjung, (3) pesan-pesan yang berkaitan dengan pengelola situs, (4) pesan-pesan yang berkaitan dengan promosi penjualan dan penjualan langsung yang menunjang publikasi, serta (5) pesan-pesan pelengkap dan penunjang lainnya.

Struktur pesan yang dimaksud pada penelitian ini adalah hubungan antara elemen pesan yang satu dengan elemen pesan yang lain atau hubungan antara organisasi pesan yang satu dengan organisasi pesan lainnya. Halaman-halaman di situs web m-aminrais.com disusun dengan konsep alur publikasi figur Amien Rais yang keberadaannya saling melengkapi satu sama lain.

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi melalui web memiliki karakteristik yang tidak dimiliki medium komunikasi lainnya, yaitu interaktivitas. Penelitian ini juga menemukan pola updating pesan situs web dan temuan lain yaitu jumlah pembaca berita dan adanya informasi jumlah pengunjung situs. Temuan-temuan terakhir tersebut menggambarkan respon dari khalayak terhadap komunikasi internet.

Implikasi penelitian ini adalah (1) temuan-temuan penelitian ini hanya sebagian kecil dari kenyataan yang ada dalam situs web aktor politik di Indonesia karena hanya memfokuskan pada aspek elemen, organisasi dan struktur pesan, serta interaktivitas dan pola updating, (2) perlunya studi tentang efektivitas pesan persuasif sehingga akan memberikan dasar bagi penyusunan pesan dan strategi oleh pengelola situs di masa kini dan masa mendatang, baik dalam rangka publikasi oleh aktor politik maupun perusahaan dalam rangka pemasaran dan periklanan, dan (3) implikasi teoritis penelitian ini, terutama bila dikaitkan dengan komunikasi politik, bahwa publikasi dengan memanfaatkan Internet berkaitan erat dengan penyampaian pesan persuasif dari komunikator (aktor politik) kepada komunikannya (khalayak atau konstituen). Di era cyber sekarang ini, media Internet merupakan salah satu bentuk sarana komunikasi bagi aktor politik - di samping cara konvensional dalam berkampanye di Indonesia - dalam rangka publikasi tatap muka komunikasi tatap muka sudah sulit dilakukan karena faktor-faktor geografis. Di sisi lain, aktor politik juga harus mempertimbangkan bahwa saat ini pengguna Internet (user) di Indonesia masih terbatas pada kalangan menengah ke atas atau golongan terpelajar. Namun, pemanfaatan Internet ini sebagai sarana publikasi bagi aktor politik tetap merupakan terobosan baru sebagai salah satu bentuk cara berkampanye politik.