

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**PEMANFAATAN *FANSPAGE FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA
PUBLIKASI ANGGOTA DPD/MPR RI INTSIAWATI AYUS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



ZAKARIA JUNIARTO

NPM : 149110109
Kosentrasi : MEDIA MASSA
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Zakaria Juniarto
NPM : 149110109
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : **Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus**

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehesif.

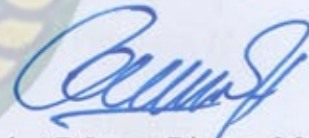
Pekanbaru, 07 Juli 2021

Pembimbing II,

Pembimbing I,



Dyah Pithaloka, M.S.i

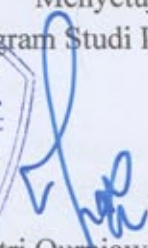


Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom

Menyetujui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi




Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Zakaria Juniarto
NPM : 149110109
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : **Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus**

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Tim Skripsi

Ketua

Sekretaris



Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom



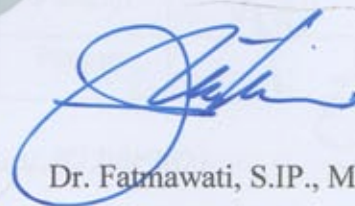
Dyah Pithaloka, M.S.i

Anggota

Anggota



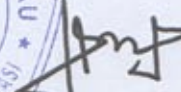
Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom



Dr. Fatmawati, S.IP., MM

Mengetahui,
Wakil Dekan I




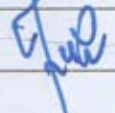


Cutra Aslinda, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 0901/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal 30 Juni 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu** Tanggal **07 Juli 2021 Jam : 10.00 – 11.00. WIB** bertempat di ruang Seminar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Kripsi Mahasiswa atas :

Nama : **Zakaria Juniarto**
NPM : 149110109
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : “Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus”
Nilau Ujian : Angka : “ 75,62 ” ; Huruf : “ B+ ”.
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom	Ketua	1. 
2	Dyah Pithaloka, M.Si	Sekre/Notulen	2. 
3	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Penguji	3. 
4	Dr. Fatmawati, S.IP., MM	Penguji	4. 

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Dekan




Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom

NPK : 150802514

**PEMANFATAAN *FANSPAGE FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA
PUBLIKASI ANGGOTA DPD/MPR RI INTSIAWATI AYUS**

Yang diajukan oleh :

Zakaria Juniarto

149110109

Pada tanggal :

07 Juli 2021

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom

Dyah Pithaloka, M.Si

Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Dr. Fatmawati, S.IP., MM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zakaria Juniarto
Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Ara, 22 Juni 1994
NPM : 149110109
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Tlp : Perum BKA V Blok F No.10 / 08117517519
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Fanspage Facebook Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sata sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar Pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima saksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 07 Juli 2021
Yang Menyatakan,



ZAKARIA JUNIARTO

ABSTRAK

Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus

Zakaria Juniarto

149110109

Intsiawati Ayus adalah anggota DPD RI yang mewakili provinsi Riau di periode 2019-2024. Beliau mendapatkan perolehan suara peringkat pertama dari seluruh peserta pemilu (DPD RI dan partai politik). Keberhasilannya tersebut tidak lepas dari peranan penting publikasi yang dilakukannya. Strategi komunikasi dengan menempatkan pilihan pada media sosial. Mengingat penggunaan media sosial semakin hari semakin meningkat. Sehingga media sosial mampu menjadi sarana publikasi sekaligus sarana aspirasi masyarakat yang lebih cepat dan efektif. Melalui strategi komunikasi lewat media sosial tersebut, pesan yang disampaikan efektif dan tepat sasaran. Tim Intsiawati Ayus menggunakan media baru sebagai sarana publikasi. Salah satu media baru yang digunakan yaitu *Facebook*. Melalui *Fanspage Facebook* ini menjadi salah satu bukti Intsiawati Ayus menyampaikan pesan atau mengkomunikasikan kegiatan politik yang bisa dikonsumsi publik. Hal itu, mengingat *Facebook* adalah salah satu media baru yang mampu menjangkau berbagai kalangan dengan sangat luas. Berdasarkan prapenelitian yang dilakukan penulis terhadap akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus telah memiliki 54,3 ribu pengikut dan sudah centang biru oleh *Facebook*, centang biru membuktikan bahwa akun tersebut telah terverifikasi oleh pihak *Facebook* sebagai akun asli dan autentik dengan kualifikasi tokoh masyarakat atau tokoh politik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Fanspage facebook* dan dan apa saja data-data pendukung yang dapat membuktikan bahwa *Fanspage Facebook* bermanfaat dalam publikasi Intsiawati Ayus.

Kata kunci : Komunikasi Massa, Publikasi, Media Baru, *Facebook*, Intsiawati Ayus

ABSTRACT

Utilization of Fanspage Facebook as Publication Media for Intsiawati Ayus member of Regional Representative Council/People's Consultative Assembly of Indonesia

Zakaria Juniarto
149110109

Intsiawati Ayus is a member of Regional Representative Council of Indonesia which represents Riau Province On Period 2019 - 2024. She got First rank Votes From Whole of Election Participants (DPD RI and Political Party). Her Succesfull cannot be separated from Important role publication what she did. Communication strategy with put a choice in social media. Remember usage of social media day by day more increase. So that social media able to become publication tools and public aspiration tools that faster and also efective. Through communication strategy on that social media, Text who delivered is more efective and right target. Intsiawati Ayus Team use new media as publication tools. One of new media using is Facebook. Through this Facebook fanspage become one of an evidence that Intsiawati Ayus convey the massage or communicate a political activity who can consumed by public. That matter, remember facebook is one of new media which can be able reach whole public. Based on praresearch who did by writer toward Facebook fanspage account, Intsiawaty Ayus already had 54,3 thousand followers and already get Blue Sign by Facebook. Blue Sign prove that an account had verified by Facebook as Original account and authentic with public figure or political figure qualification. The purpose of this Research is For Knowing How to Utilization Facebook fanspage and What kind of Supporting data which can be prove that Facebook fanspage useful on Intsiawati Ayus.

Key Word: *Mass Communication, Publication, New Media, Facebook, Intsiawati Ayus*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin...

Perjalanan dalam Pendidikan yang dilalui di kampus yang sudah lama dijalani dan ditempuh akhirnya tiba pada saat yang dinantikan, tulisan ini dapat Zaka persembahkan untuk yang terkhusus, tersayang dan terutama, kedua orang tua, Ayah dan Mak. Terimakasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, do'a dan dukungan yang Ayah dan Mak berikan. Bersimpuh maaf karena terlambat menyelesaikan perkuliahan dari yang seharusnya. InsyaAllah Allah mengizinkan Ayah dan Mak berkesempatan melihat dan menghadiri Zaka wisuda. Semoga Tulisan ini dapat membuat Ayah dan Mak bangga.

Motto

“Orang Mukmin yang paling sempurna imannya ialah yang paling baik akhlaknya dan yang berbuat baik kepada ahli keluarga.”

(Riwayat Adu Dawud dan Tirmidzi)

“Berbuat baiklah, tuhan akan memberimu suatu pahala, atau paling tidak, kan kau temukan ketenangan jiwa.”

(Jalaludin Rumi)

“Agama dan Nasionalisme adalah dua kutub yang tidak berseberangan.

Nasionalisme adalah bagian dari agama dan keduanya saling menguatkan.”

(KH. Hasim Asy'ari)

“Adhere to your purpose and you will soon feel as well as you ever did. On the contrary, if you falter, and give up, you will lose the power of keeping any resolution, and will regret it all your life.”

(Abraham Lincoln)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan ramat, taufik serta hidayahnya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian yang berjudul : **“PEMANFAATAN FANSPAGE FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI ANGGOTA DPD/MPR RI INTSIAWATI AYUS”**

Penulis menyadari bahwa selalu ada kesulitan serta rintangan pada setiap proses penyusunan penelitian ini, faktor kesulitan dan rintangan tersebut lebih banyak bersumber dari diri penulis sendiri. Proses kelancaran saat pembuatan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang sengaja maupun tidak sengaja yang telah memberikan dukungannya kepada saya.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghormatan kepada:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahNya, sehingga penulis dapat kemudahan dalam proses penulisan penelitian ini.
2. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah banyak memberikan ilmu dan masukan-masukan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Muhd AR Imam Riauan, M.I.Kom selaku pembimbing satu saya telah memberikan waktunya membimbing saya dan memberikan

- arahan untuk penulisan penelitian ini, teima kasih banyak kepada bapak atas semua ilmu yang diberikan.
4. Ibuk Dyah Pithaloka, M.Si selaku pembimbing dua saya telah memberikan waktunya membimbing saya dan memberikan arahan untuk penulisan skripsi ini, teima kasih banyak kepada bapak atas semua ilmu yang diberikan.
 5. Kepala dan Staff Serta jajaran Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu proses administrasi dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
 6. Ibu Dr. Hj. Intsiawati Ayus, S.H., M.H. Anggota DPD/MPR RI. Terima kasih atas kesempatan dan keluangan waktu yang diberikan dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian di Akun Media Sosial *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus.
 7. Kedua orang tua terkasih, Ayah dan Mak Hamdian & Pareani yang senantiasa mendo'akan serta memberi dukungan dalam penulisan dan penyelesaian penelitian ini, dengan penelitian dan karya tulis sederhana ini semoga Ananda akan terus berusaha untuk mewujudkan harapan dalam do'a-do'a Ayah dan Mak.
 8. Untuk Pak Tuo, Mak Tuo, Pak Lung, Mak Lung, Mak Wo, Pak Wo, Uwak, Mak Uwak, Etek, Mak Etek, Ocu, Tante, Kakak, Abang Ipar, Adik, Keponakan dan seluruh keluarga Malim, Terima Kasih untuk kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan.

9. Dan semua rekan-rekan penulis yang ikut berperan membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian penelitian.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan penelitian ini sangat jauh dari kesempurnaan dan harapan, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun sangat perlu guna memperbaiki kekurangan dan kelemahan yang ada pada penelitian ini.

Semoga penelitian Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus ini bisa bermanfaat untuk semua pembaca, terkhusus rekan-rekan di Jurusan Ilmu Komunikasi.

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Lembah Persetujuan Pembimbing	
Surat Pernyataan	
Halaman Persembahan.....	i
Motto	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar dan Lampiran	ix
Abstrak.....	
<i>Abstract</i>	

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Fokus Penelitian.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur	13
1. Komunikasi	13
2. Komunikasi Politik.....	15
3. Unsur-unsur Komunikasi	16
4. Bentuk-bentuk Komunikasi.....	19
5. Media Massa.....	20
6. Media Sosial	24
7. Facebook	26
8. Facebook dan Komunikasi Politik	27
9. Publikasi	28
B. Defenisi Operasional.....	30
C. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	32

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	35
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	35
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknis Analisis Data	38

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	39
---	----

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

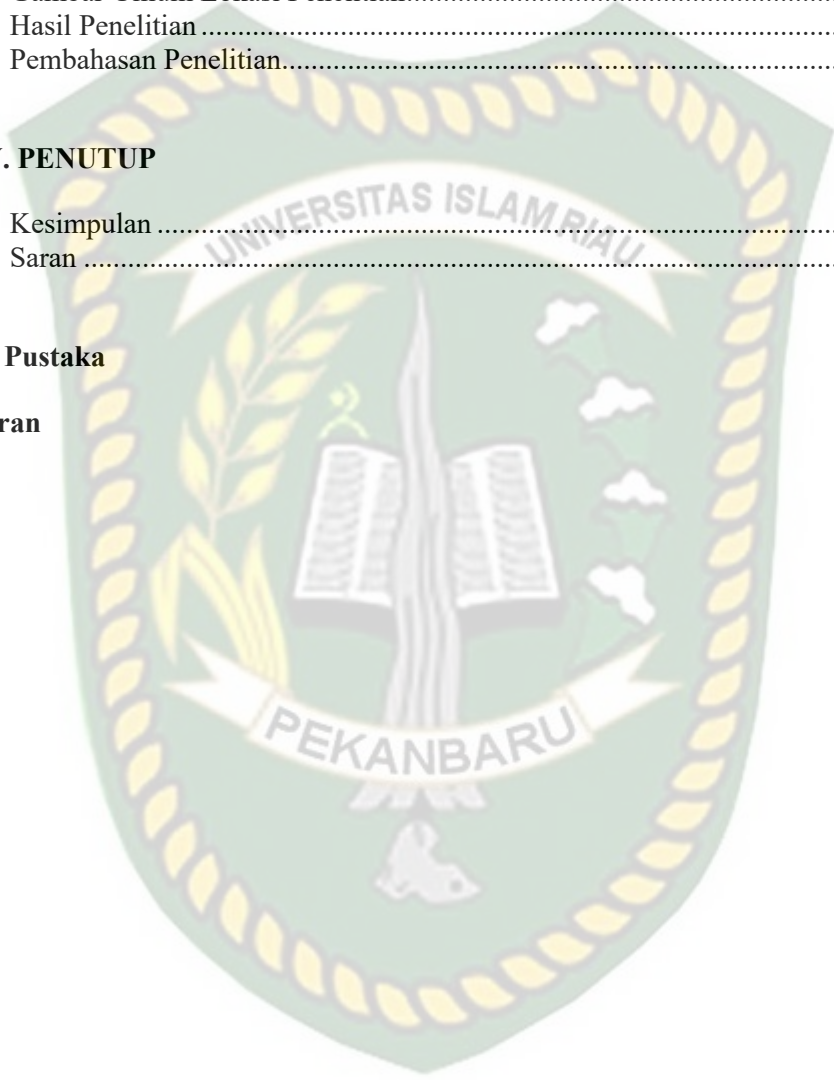
A. Gambar Umum Lokasi Penelitian.....	44
B. Hasil Penelitian.....	47
C. Pembahasan Penelitian.....	63

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 : Waktu Penelitian.....	37



DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN

Gambar 1.1 : Menggunakan Internet.....	4
Gambar 1.2 : Perbandingan Perolehan Suara Peserta Pemilu 2014.....	8
Gambar 1.3 : Perbandingan Perolehan Suara Peserta Pemilu 2019.....	9
Gambar 1.4 : Akun <i>Fanspage Facebook</i> Intsiawati Ayus	9
Gambar 2.1 : Unsur-Unsur Komunikasi	18
Gambar 2.2 : Hasil Survei Medis Sosial	27
Gambar 3.1 : Triangulasi.....	41
Gambar 4.1 : <i>Fanspage Facebook</i> Intsiawati Ayus	47
SK Pembimbing Skripsi	
Lampiran 1 Pedoman Wawancara	
Lampiran 2 Totalitas Publikasi <i>Fanspage</i> Intsiawati Ayus	
Lampiran 3 Jangkauan Publikasi <i>Fanspage</i> Intsiawati Ayus	
Lampiran 4 Interaksi Unggahan Status <i>Fanspage</i> Intsiawati Ayus	
Lampiran 10 Foto Narasumber	
Lampiran 11 Foto Narasumber	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti masa sekarang, semakin banyaknya media sosial bermunculan merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dan informasi yang menjadi populer dikalangan golongan muda maupun dikalangan golongan orang tua. Bisa dilihat dengan banyaknya aplikasi-aplikasi media sosial yang muncul, seperti *Telegram*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *twitter*, *tik tok*, *snapchat* dan lain sebagainya. Tentunya masing-masing dari media social tersebut memiliki keunggulan tersendiri, baik dari segi tampilan dan ciri khas masing-masing yang berbeda dan unik. Namun, masing-masing keunggulan media sosial tersebut bukan menjadi hal yang signifikan dalam perbedaannya, fungsinya sama yakni untuk menjalin komunikasi dan interaksi antar sesame tanpa batas ruang dan waktu.

Seperti yang kita ketahui bahwa komunikasi merupakan proses yang sangat mendasar dilakukan manusia. Komunikasi terjadi pada saat seseorang menyampaikan pesan dalam bentuk-bentuk tertentu dan di terima oleh pihak yang menjadi sasarannya, suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hubungan antar manusia akan tercipta ketika manusia itu melakukan suatu komunikasi, baik komunikasi dilakukan secara verbal (berbicara) ataupun nonverbal (simbol, gambar, atau media komunikasi lainnya), komunikasi terdiri dari komunikasi interpersonal, intrapersonal, komunikasi politik, hingga komunikasi massa.

Saat ini, dalam berkomunikasi atau berinteraksi antar individu satu dengan yang lainnya tidak lagi secara langsung. Namun beralih kepada interaksi secara virtual. Selain telepon genggam yang bisa dipakai untuk mengirim pesan tulisan dan suara, dengan terkoneksi ke jaringan internet kini telepon genggam juga berperan sebagai sumber informasi dan hiburan melalui aplikasi yang beragam.

Cyberspace saat ini menjadi salah satu pilihan komunikasi kalaan menegah Indonesia (Netizen aktif) hal itu maneadu sebuah keharusan masyarakat terkait akan kebutuhan informasi yang tinggi. Meningkatnya kebutuhan akan informasi merupakan salah satu faktor pendukung terbesar berkembangnya teknologi. Dunia maya mampu mengubah pola kehidupan masyarakat secara keseluruhan, dari masyarakat yang awam informasi menjadi masyarakat modern yang tahu banyak hal. Menjadikan sebuah dunia baru bagi masyarakat yang sangat luas untuk mendapatkan informasi yang banyak yang mampu merubah budaya seluruh penggunanya.

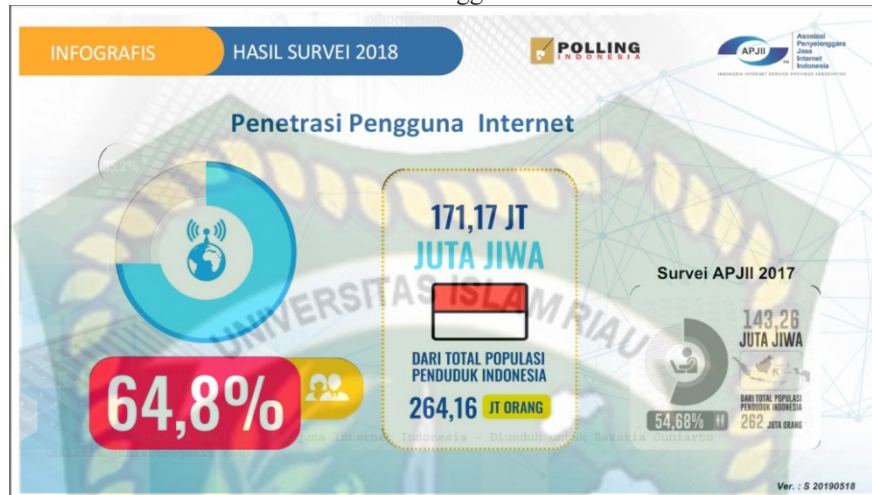
Proses interaksi dalam hal ini adalah peenyampaian pesan maupun menerima pesan, dunia maya tidak terbtas pada beberapa orang saja, namun melibatkan jutaan umat manusia dari seluruh dunia. Hal itulah yang mendorong munculnya berbagai jejaring sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Jejaring media sosial merupakan sebuah konsep alur sosial yang dimulai dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu, kelompok atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai,

visi, ide, teman, keturunan, dll. Dalam jejaring sosial ini orang tidak hanya bertukar informasi saja, namun juga gambar, foto, ataupun video, bahkan tidak jarang digunakan sebagai media untuk berbisnis bagi penggunanya.

Segala lapisan masyarakat, yang pada awalnya tidak mengetahui apa itu internet menjadi banyak tahu dan bahkan menjadikan internet sebagai kebutuhannya yang tidak bisa dipisahkan. Sejatinya, sangat membanggakan dirinya dari aspek manapun, ada kepuasan tersendiri jika apa yang dibanggakan bisa diketahui juga oleh orang lain, terlebih lagi seluruh dunia mengetahuinya. Hal itu adalah wajar dan menjadikan *Facebook* untuk menjadi kebutuhan pribadi. Media sosial telah masuk kedalam berbagai segmentasi masyarakat, tidak memandang status sosial, tak kalah juga kalangan yang berada dalam lingkup pemerintahan serta publik figure pun mendaftar di *Facebook*. Loyalitas penggunaan *Facebook* semakin tinggi. Tidak sampai disitu saja, melalui *Facebook*, kita bisa membangun *link* bisnis maupun organisasi. Terlebih lagi, kita mampu membentuk kekuatan massa, termasuk massa politik (Prabowo Subianto, Jokowi Dodo, dan masing-masing capres membentuk jaringan massa pendukung lewat media sosial *Facebook*). Selain itu, organisasi profit maupun non profit juga ikut serta menggunakan aplikasi ini.

Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilakukan pada tahun 2018, Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta pengguna atau 68,8 persen dari total penduduk Indonesia.

Gambar 1.1 Pengguna Internet



Sumber : APJII

Sumber lain yang penulis kutip dari tekno.kompas.com menyebutkan Indonesia merupakan negara dengan jumlah *Facebook* terbesar keempat dunia. Kompas Tekno mengutip data dari perusahaan media asal Inggris *We Are Social*, pada 30 Januari 2018, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 130 juta pengguna dari total populasi 265,4 juta jiwa, jumlah pengunjung media sosial *Facebook* dari Indonesia perbulan mencapai lebih dari 1 miliar juta pengunjung¹.

Media sosial mempunyai kemampuan interaktif, media ini memiliki kemampuan untuk menghasilkan arus informasi timbal balik sehingga pengguna media tersebut dapat berpartisipasi dalam mengubah konten informasi secara langsung (Morissan, 2010:24). Banyak situs media sosial yang maju saat ini, antara lain *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan media sosial lainnya. Dilihat dari berbagai media sosial yang ada, *Facebook* memiliki

¹ <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

keunggulan fitur-fitur halaman tatap muka yang mudah diakses.

Bisa dikatakan *Facebook* termasuk dalam *World Wide Web* (WWW) atau yang dimaksud dengan Web yang dibentuk sedemikian rupa dalam sebuah aplikasi. Media sosial yang satu ini bisa membuat orang saling berkomunikasi atau berinteraksi tanpa terbatas ruang dan waktu. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya pengguna *facebook* dari seluruh belahan dunia.

Facebook memiliki berbagai fitur kemudahan yang sangat mudah dipelajari. *Facebook* muncul dengan segala sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, dengan sejumlah fitur aplikasi terbaru yang mudah diakses. Memiliki kemampuan untuk memposting, berkomentar, berbagi dan memandai adalah hal yang baru. Bahkan sekarang media social *Facebook* merupakan situs dan aplikasi *hosting* foto terbesar yang mengalahkan situs foto *Flickr* dan *Picasso* (Enda Nasution, 2008). Media seosial ini menawarkan lebih dari sekedar mencari teman, *facebook* dapat mendistribusikan audio, video, foto dan cacatan ke dalam postingan, hal tersebut meruapakan bentuk kebebasan yang memungkinkan siapa saja dapat mengunggah sesuatu dengan berbagai resiko didalamnya. Sedangkan untuk jaminan keamanan pengguna dapat mengatur privasi pada halaman pengaturan.

Media sosial *Facebook* adalah media virtual yang mampu menghubungkan atar individu kapanpun dan dimanapun dengan fitur chat, postingan, *sharing* dan lain sebagainya. Namun, penggunaanya hanya bisa melakukan komunikasi atau interaksi secara virtual atas segala kegiatan yang dilakukan.

Begitu besarnya animo pengguna jejaring sosial *Facebook* menjadi perhatian dari penelitian ini. Adapun factor mengapa *Facebook* menjadi eksis karena media sosial ini sebagai jembatan yang mampu menghubungkan antar individu satu dengan yang lainnya secara efesien. Tidak hanya itu *Facebook* juga memiliki akses untuk penggunanya bisa belajar lewat *sharing* pengetahuan. *Facebook* bisa digunakan untuk berkirim pesan, *sharing link/tautan*, memberi ruang opini, pendapat, data, informasi, dan berita. Tentunya kehadiran *Facebook* mampu memberikan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi secara virtual.

Tidak hanya sebagai sebuah sarana untuk berinteraksi dan sosialisasi, penggunaan situs jejaring sosial juga digunakan untuk sarana komunikasi politik para tokoh-tokoh politik di Indonesia.

Untuk diketahui, bahwa adanya penelitian terkait peran media sosial sebagai jemabatan komunikasi politik telah dilakukan baik dimanca negara maupun di Indonesia. Beberapa bukti penelitian tersebut diantaranya adalah Studi terbaru proyek *Excellence in Journalism, Pew Research Center*, pada Pilpres di Amerika Serikat tahun 2008, seperti dikemukakan Direktur *Project for Excellence in Journalism*, Amy Mitchell, menyatakan: kampanye pilpres Obama telah membuat sejarah, bukan hanya karena Barrack Obama orang Amerika keturunan Afrika pertama yang terpilih sebagai presiden, melainkan juga kandidat presiden pertama yang secara efektif memanfaatkan media sosial sebagai strategi kampanye utama².

² <https://www.journalism.org/2008/09/15/mccain-vs-obama-on-the-web/>

Perkembangan media sosial ini mengharuskan ranah politik untuk mampu menjadikan era digital sebagai peluang untuk melakukan interaksi politik kepada masyarakat. Pemangku politik atau aktor politik di Indonesia diharuskan menjadikan media sosial sebagai wadah aksi mereka. Mengingat saat ini masyarakat telah diwabah *trend* penggunaan media sosial dalam aktifitas sosial. Pada zaman media sosial ini, eksplor *personality* akan memberikan peluang yang sangat besar untuk memudahkan para politisi melakukan berbagai kegiatan politik.

Semakin majunya teknologi informasi dan dilatar belakang dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, membuat media sosial sebagai akses bagi penggunaanya untuk melakukan berbagai kepentingan, salah satunya adalah para politikus yang menggunakan media sosial ini sebagai jembatan komunikasi politiknya. Melalui *cyberspace*, kegiatan interaksi dapat dilakukan dengan lebih kompleks dengan tiga tingkatan elemen, yaitu massa, antarpribadi dan organisasi, dengan demikian *cyberspace* cenderung dijadikan akses interaksi politik yang potensial dan serta efektif untuk digunakan.

Instiawati Ayus lahir di Merbau Bengkalis (Saat ini Kelurahan Teluk Belitung, Kecamatan Merbau, Kabupaten Kepulauan Meranti) pada tanggal 4 Mei tahun 1968, seorang Anggota DPD/MPR RI yang mewakili Provinsi Riau, dalam Pemilihan Legislatif periode 2004-2009, 2009-2014 dan pada pemilu 2014 - 2019 memperoleh suara sebesar 352.603, peringkat pertama dari seluruh Calon Legislatif Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia daerah pemilihan Provinsi Riau dan Peringkat Ketiga dari seluruh Partai dan

peserta Pemilu Legislatif tahun 2014-2019. Pada Pemilihan Legislatif 2019-2024 memperoleh 351.181 suara peringkat pertama dari seluruh peserta pemilu (DPD RI dan Partai Politik). Putri dari pencetus dan Panglima Gerakan Riau Merdeka, H. Asman Yunus dan cucu dari Walikota Pekanbaru Ke-4 Muhammad Yunus (1 Juni 1956 – 14 Mei 1958) Intsiawati Ayus memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) dari Fakultas Hukum Universitas Islam Riau pada tahun 1992. Selanjutnya Mengambil gelar Magister Hukum di Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta pada tahun 2004. Dan meraih Doktor Ilmu Hukum pada Pascasaraja Universitas Islam Bandung pada tahun 2021³.

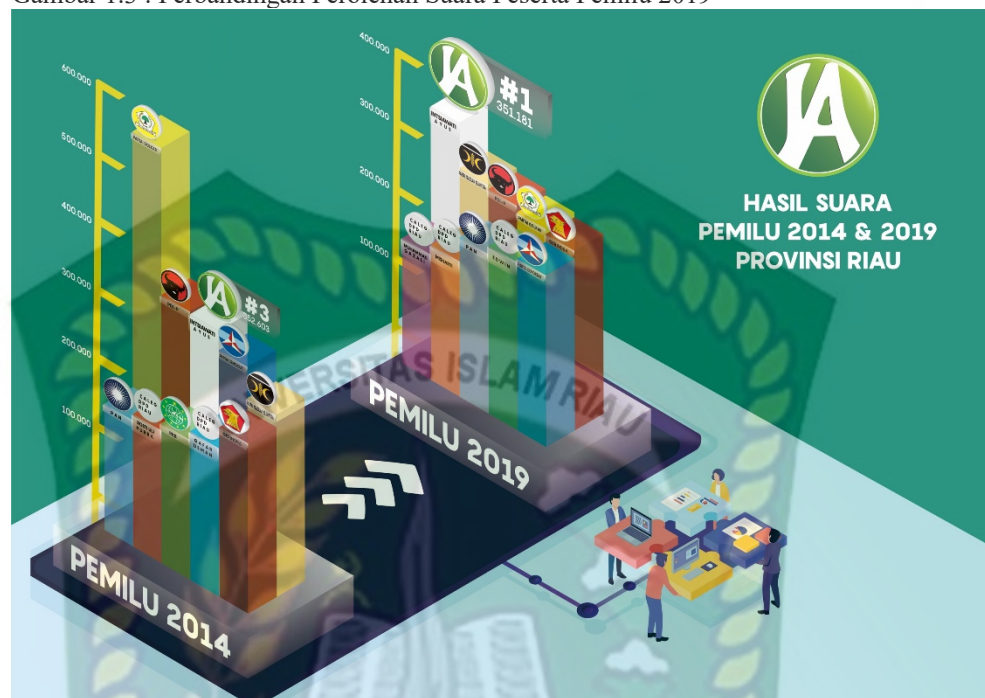
Gambar 1.2 : Perbandingan Perolehan Suara Peserta Pemilu 2014



Sumber : KPU Provinsi Riau

³https://dpd.go.id/anggota/intsiawatiayus?fb_comment_id=786612974756495_160036413338137

Gambar 1.3 : Perbandingan Perolehan Suara Peserta Pemilu 2019



Sumber : KPU Provinsi Riau & Tim Intsiawati Ayus

Berdasarkan hasil prapenelitian yang penulis lakukan terhadap akun media sosial tokoh masyarakat dan tokoh politik, anggota DPD RI dan DPR RI asal Riau, akun fanspage *Facebook* Intsiawati Ayus memiliki jumlah 54,3 ribu pengikut dan sudah tercentang biru oleh *Facebook*, centang biru merupakan akun yang telah terverifikasi oleh pihak *Facebook* sebagai akun asli dan autentik dengan tokoh masyarakat atau tokoh politik.

Gambar 1.4 : Akun Fanspage *Facebook* Intsiawati Ayus

Sumber : [Facebook.com/intsiawati](https://www.facebook.com/intsiawati)

Dari data tersebut, dapat kita sadari bahwa tingkat penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan. Hal ini mengharuskan penggunaannya

setiap individu benar-benar memerhatikan kehati-hatian dalam menggunakannya agar tidak mendapatkan resiko yang merugikan baik dari segi waktu dan materil. Karena tidak bisa dihindarkan bahwa media sosial telah masuk dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Bisa dilihat dalam lingkup pemerintaha dan ranah politik, media sosial dijadikan sebuah prasarana interaksi dalam bentuk publikasi maupun sosialisasi juga sekaligus sebagai jembatan yang efektif dalam penyampaian aspirasi masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh seorang sosok srikandi riau yang kehadirannya telah membawa semangat perubahan dan kreatifitas di Provinsi Riau maupun Indonesia yaitu Intsiawati Ayus. Seorang putri daerah Riau asli yang terjun dalam dunia politik dan saat ini telah menjabat sebagai Anggota DPD/MPR RI periode 2019-2024.

Berdasarkan latar belakang yang di sajikan, maka penelitian ini diberi judul “Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat di identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Sulitnya dan panjangnya Alur Kerja Tim Media Sosial dalam memanfaatkan fanspage *Facebook* sebagai media Komunikasi Politik.
2. Tidak tercapainya keinginan pemilik akun oleh Tim Media Sosial.

3. Salah dalam penyusunan dan pembuatan konten oleh Tim Medis Sosial dalam penyaringan informasi dan keinginan oleh pemilik akun.
4. Antisipasi yang dilakukan Tim Media Sosial dalam menghadapi konten yang tidak diinginkan pemilik akun.
5. Jaringan yang dapat mengganggu efektifitas pengelolaan *Fanspage Facebook*.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana Pemanfaatan akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus dalam berkomunikasi dan interaksi kepada pengikut *Fanspage* dan masyarakat menggunakan *Facebook*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus penelitian di atas, rumusan masalah yang akan di bahas adalah : Bagaimana pemanfaatan fanspage *Facebook* sebagai media Komunikasi Politik anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus.

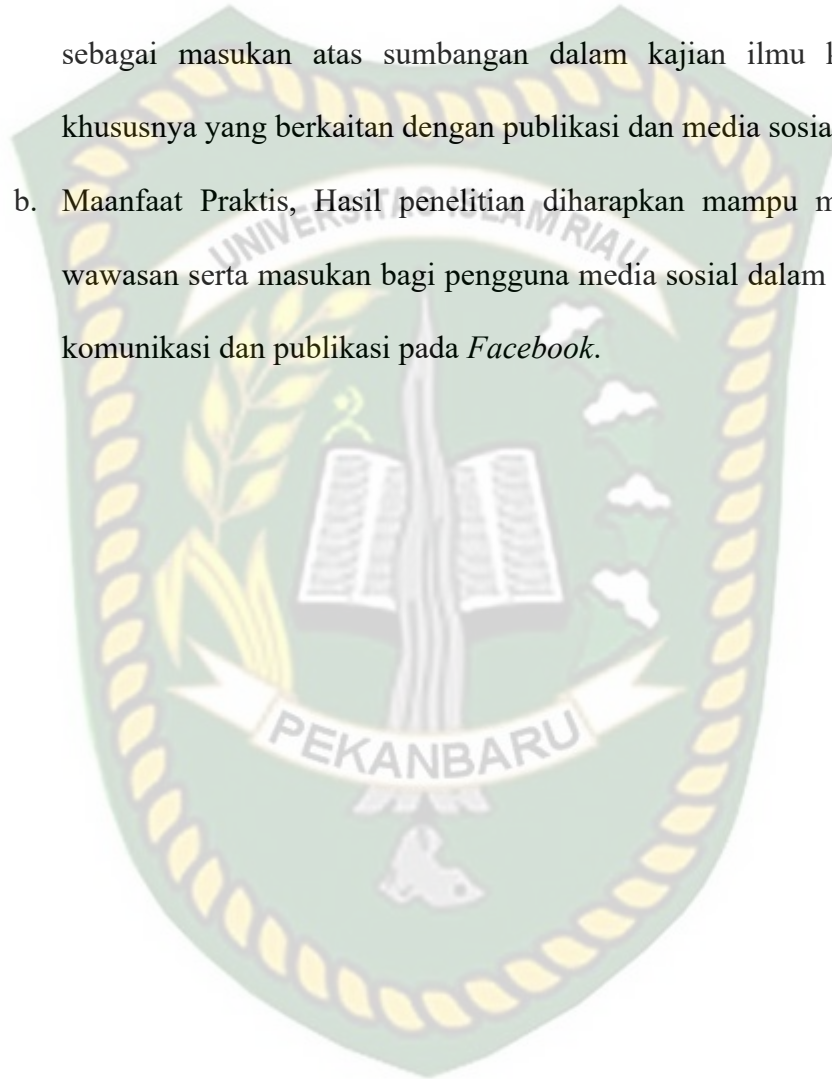
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pemanfaatan fanspage *Facebook* sebagai media Komunikasi Politik Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat akademis, penelitian ini bertujuan untuk dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan publikasi dan media sosial.
- b. Manfaat Praktis, Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna media sosial dalam melakukan komunikasi dan publikasi pada *Facebook*.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Menurut Webster (2009 :1) komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang – lambang, tanda – tanda atau tingkah laku.

Hampir sebagian besar para pakar memberikan penilaian bahwa komunikasi adalah sebuah kebutuhan yang fundamental bagi tiap individu dalam bermasyarakat. Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm; 1982 : 33)

Banyak definisi komunikasi diungkapkan para ahli dan oleh pakar komunikasi seperti yang tertuang dalam buku Hafied Cangara Pengantar Ilmu Komunikasi (Hafied ;2007 : 16) menyatakan komunikasi dapat dianggap sebagai suatu proses menciptakan sebuah kesamaan (*Commonness*) atau sebuah kesatuan pemikiran antara pengirim dan penerima.

Komunikasi dan Efek (Effendy,2003 : 253). Dijelaskan sebagai berikut.

- a. *Who* (siapa/sumber) ; Komunikator adalah pelaku utama serta pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi.

- b. *Says What* (pesan) : Hal apa yang dikomunikasikan kepada penerima (komunikan) berupa simbol verbal atau non verbal dari sumber (komikator) yang mencerminkan perasaan, nilai dan gagasan.
- c. *In Which Channel* (saluran/media) : adalah sarana penyampaian pesan dari komunikator secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung (melalui media cetak dan elektronik) kepada komunikan.
- d. *To Who* (untuk siapa/penerima): pesan disampaikan kepada penerima (Komunikan).
- e. *With What Effect* : Efek dampai sebagai pengaruh pesan atau dapat juga dikatakan sebagai hasil dari proses komunikasi.

Kelima fungsi ini menjadi pedoman dasar bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat. Secara singkat bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediski sikap orang lain.

Pada zaman saat ini, interaksi telah berada pada titik dimana komunikasi bisa dilakukan dengan bnyak orang secara sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Tentunya ini menjadi salah satu bentuk tidak adanya lagi batasan dalam melakukan komunikasi. Batasan seperti ruang dan waktu tidak lagi jadi penghalang dengan adanya komunikasi massa, yaitu komunikasi yang dilakukan dengan media massa. Adapun media massa yang termasuk pada komunikasi massa meliputi media cetak (majalah, tabloid, surat kabar), media elektronik (radio, online dan televisi).

Komunikasi melalui media cyber mampu memutuskan jarak, meminimalisir biaya, dan meeretasi batasan ruang dan waktu. Dunia *cyberspace* memberikan kemudahan untuk meenjembatani antar pikiran, perasaan dan kebutuhan individu dengan dunia luar. Perlu diketahui bahwa komunikasi membangun personality manusia untuk mamahami perilaku dan keinginan orang lain. Dengan demikian, komunikasi menjadikan pola pikir tiap individu semakin terbuka lebar.

2. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah bidang atau disiplin yang mengkaji perilaku dan aktivitas komunikasi yang bersifat politis, memiliki kosekuensi politik, atau mempengaruhi perilaku politik (Dahlan, 1999).

Dalam pandangan Dan Nimmo (seperti dikutip Hendra Alfani. 2011) pengertian luas dari komunikasi politik adalah segala bentuk atau jenis pesan bermuatan politik yang disampaikan dari sumber kepada tujuan tertentu.

Dengan kata lain, jika ada konsekuensi politik atau kosekuensi dari komunikasi dari yang bersangkutan, baik aktual maupun potensial, dapat mengatur perilaku manusia dalam situasi konflik.

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan yang disampaikan komunikator politik. Menurut Ardial (2010:44) tujuan komunikasi politik terkadang hanya untuk menyampaikan informasi politik, membentuk citra politik, membentuk opini publik dan mengontrol pandangan atau tuduhan lawan politik. Selain itu, komunikasi politik juga berjutuan untuk

menarik simpati masyarakat guna meningkatkan partisipasi politik sesuai dengan kepentingan dan tujuannya.

Dalam komunikasi politik, masyarakat memiliki intensitas besar terhadap apa yang mereka dapatkan melalui pesan. Komunikasi merupakan aktivitas mengirim dan menerima pesan, yang mana nantinya akan difilterisasi secara konseptual. Adapun siklus penyampaian pesannya, fokus pada pengamatan antaran komunikator dan komunikan dengan melakukan pendekatan psikologis dan sosiologis.

Pakar komunikasi, Deddy Mulyana, (2013; 22) dalam bukunya *Political Relations*, komunikasi politik di Indonesia ke depan akan semakin menarik. Media, termasuk televisi, surat kabar dan internet, telah menjadi media utama untuk kampanye politik menjelang pemilu, pileg dan pilkada untuk presiden, gubernur, bupati/walikota dan legislatif.

3. Unsur-unsur Komunikasi

Dari definisi komunikasi yang telah dijabarkan komunikasi antar individu bisa terjadi apabila satu individu menyampaikan pesan kepada individu lainnya dengan satu tujuan, artinya komunikasi hanya bisa terjadi dengan adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Beberapa poin tersebut bisa disebut juga sebagai elemen komunikasi.

Claude E.Shannon dan Warren Weaver. Kedua insinyur listrik itu mengatakan proses komunikasi membutuhkan lima elemen untuk mendukungnya, yakni sebagai berikut :

a. Sumber

Dalam Komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, oraganisasi, atau lembaga. Sumber sering juga disebut pengirim. Komunikasi dalam bahasa Inggris nya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

c. Media

media adalah alat yang menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka. Dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.penerima bisa satu orang atau lebih. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima. Akan menimbulkan berbagai masalah yang sering kali menuntut perubahan.

e. Pengaruh

Terdapatnya perubahan pada prilaku dan wawasan tiap individu sebagai akibat ari penerima pesan.

f. Tanggapan

Bisa dikatakan sebagai umpan balik yang berasal dari penerima yang berupa pengaruh dari pesan yang telah diterima.

g. Lingkungan

Salah satu factor yang turut mempengaruhi jalannya proses komunikasi.

Dengan demikian, setiap komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh elemen tersebut saling bergantung. Artinya, akan mempengaruhi jalannya komunikasi tanpa adanya unsur-unsur. Kalau unsur-unsur komunikasi yang dikemukakan diatas dilukiskan dalam gambar kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat sebagai berikut.

Gambar 2.1 Unsur-unsur komunikasi



Sumber: Cangara , 2007:16

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi. yaitu sumber informasi (*Receiver*), Saluran (*media*) dan penerima informasi (*audience*). dalam kehidupan sehari hari, proses komunikasi diawali oleh sumber (*source*) baik individu atau pun kelompok

lainnya. langkah pertama yang harus dilakukan sumber yaitu *ideation*. yaitu penciptaan satu gagasan atau pemilihan seprangkat informasi untuk dikomunikasikan, *Ideation* ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan. langkah kedua dalam penciptaan suatu pesan adaah *encoding*, yaitu sumber menerjemahkan infromasi atau gagasan dalam wujud kata-kata. Tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan infromasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain.

4. Bentuk-bentuk Komunikasi

Secara teoritis komunikasi verbal dan komunikasi non verbal tidak dapat dipisahkan, karena kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin dan saling melengkapi dalam komunikasi yang dilakukan sehari-hari, Ada beberapa macam jenis komunikasi yaitu. Diantara nya sebagai berikut

a. Komunikasi Verbal (lisan)

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai system kode verbal (Deddy Mulyana, 2005). Komunikasi lisan ini terjadi pada saat dua orang atau lebih saling berbicara, pada saat wawancara, rapat, atau berpidato, Komunikasi lisan secara langsung adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang saling bertatap muka secara langsung dan tidak ada jarak atau peralatan yang membatasi mereka.

b. Komunikasi Non Verbal (tulisan)

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan non verbal. Istilah non verbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata kata terucap dan tertulis.

5. Media Massa

Media massa diyakini punya kekuatan yang sangat dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang.

Menurut Cangara (2007:16), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Media Massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak.

Djafar H. Assegaf (1991) mengatakan bahwa media massa memiliki lima ciri, yaitu Pertama, komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah di mana komunikan tidak dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (*delay feedback*). Kedua, media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukkan bahwa pesan

yang ada dalam media massa berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya. Ketiga, media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikasi dalam media massa berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal. Keempat, media massa menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikasi dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Kelima, media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.

Media massa dapat diklasifikasikan kepada dua kategori yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak terdiri dari sumber bertulis seperti koran, majalah, majalah, buku, newsletter, iklan, memo, formulir bisnis, dll, sedangkan media elektronik terdiri dari televisi, radio dan juga internet.

Media cetak merupakan salah satu jenis media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Media cetak juga dapat di definisikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan proses produksi teks menggunakan tinta, huruf dan kertas, atau bahan cetak lainnya. Media cetak ini dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis yakni surat kabar, majalah berita, majalah khusus, newsletter, dll. Masing-masing jenis itu berbeda satu sama lain dalam penyajian tulisan dan rubriknya.

Media cetak memiliki karakteristik, di antaranya media cetak biasanya lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana bisa disimpan (dikliping), bisa dibaca kapan saja, tidak terikat waktu. Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan atraktif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Selain itu dalam hal penyampaian kritik sosial melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.

Sedangkan media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Isi dari jenis media massa ini umumnya disebarluaskan melalui suara (*audio*) atau gambar dan suara (*audio-visual*) dengan menggunakan teknologi elektro. Yang menjadi kekuatan dari media elektronik tidak hanya pada tata tulis berita, tapi juga pada tata suara penyiar yang harus enak didengar.

Media elektronik memiliki beberapa karakteristik, yaitu cepat dalam menyampaikan informasi, dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, dapat menampilkan proses terjadinya suatu peristiwa yang disertai pelaporan langsung dari tempat kejadian dan lebih menarik karena dikemas dengan memadukan audio dan visual. Walau dalam penyajian informasi media elektronik tidak melakukan pengulasan masalah secara mendalam karena

terkendala proses produksi yang tinggi, namun melalui media elektronik ini akses akan informasi bisa di dapatkan masyarakat lebih cepat.

Di luar perbedaan yang terdapat dari kedua jenis media massa ini, baik cetak maupun elektronik, keduanya tetaplah merupakan suatu wadah yang memiliki fungsi sebagai penyampai informasi bagi masyarakat yang tentunya juga tidak melupakan fungsi hiburannya. Semoga dengan semakin mudahnya akses media massa akan memperbaiki pola pikir masyarakat menjadi lebih cerdas, kritis dan kreatif.

Dennis McQuail menuturkan tentang Media:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain.
2. Sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.
3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
4. Wahana pengembangan kebudayaan –tatacara, mode, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Karakteristik Media Massa:

1. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak

(masyarakat umum).

3. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

6. Media Sosial

Media Sosial adalah media media kekinian atau media baru yang di gunakan untuk interaksi sosial, mudah diakses dan dapat diperluas. Media sosial menggunakan teknologi web dan aplikasi yang mudah di akses untuk berkomunikasi melalui dialog yang interaktif.

Menurut Laudon (2010), media sosial merupakan a) sekelompok orang, b) melakukan interaksi sosial, c) terjadi ikatan antar anggota kelompok, dan d) sekelompok orang yang saling berbagi dalam area waktu tertentu. Sedangkan Situs media sosial atau *online social network* merupakan area dimana orang dapat berbagi satu dengan lainnya. Sekelompok orang ini dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu dengan lainnya selain tatap muka langsung, dan bertukar ide atau bentuk lain melalui mediasi internet. Dengan adanya internet, interaksi dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan batasan geografi dan batasan waktu.

Sedangkan menurut Dailey (2009) media sosial adalah konten yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan mudah di akses dan terukur. Hal yang paling utama dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, memperoleh bacaan dan berita, serta mencari konten dan informasi. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi diseluruh dunia saat ini, dimana yang termasuk dalam tiga besar seperti halnya *Facebook*, *linkedln*, dan *twitter*.

Dalam konteks komunitas, media sosial adalah kelompok yang dibangun dari orang orang yang mengembangkan dan memelihara hubungan dengan saling berbagi, berkomentar dan terlibat dalam konten (Tuten, Tracy L, 2008,P1).

Media sosial menjadi saluran untuk menyampaikan pendapat secara terbuka maupun berkomentar terhadap apapun yang ditulis oleh orang lain. Komunikasi yang terjadi dalam media sosial adalah dua arah, komunikasi ini menciptakan komunitas dengan cepat karena ketertarikan satu sama lain.

Media sosial dapat mendorong terjadinya perubahan sosial yang diharapkan. Aaker dan Smith (2010) menyatakan media sosial tidak hanya mendekatkan jarak dan merapatkan waktu tetapi berpotensi mendorong terjadinya perubahan.

Karateristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus. Menurut Hadi Purnama (2011:110) diantara karakteristik khusus media sosial adalah:

- 1) Jangkauan yang bisa meliputi skala khalayak kecil dan khalayak global.
- 2) Lebih mudah diakses publik dengan biaya yang lebih terjangkau.
- 3) Media sosial relatif lebih mudah digunakan karena tidak memerlukan ketrampilan dan pelatihan khusus.
- 4) Media Sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
- 5) Media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

7. *Facebook*

Facebook merupakan situs jaringan sosial di internet yang dibuat oleh Mark Zuckerberg dan resmi diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004¹. *Facebook* juga merupakan media sosial (*network society*) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal serta berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi.

Fasilitas yang diberikan oleh *Facebook* adalah pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lainnya. Serta pengguna juga dapat berkomunikasi dengan teman atau pengguna *Facebook* lainnya melalui fitur pesan pribadi (*chatting*). Pengguna juga diizinkan untuk mengatur privasi akun pribadi mereka sendiri dan memilih siapa saja yang dapat melihat bagian-bagian tertentu dari profil mereka. Atau bahkan pengguna juga dapat mengikuti berbagai macam fanpage tokoh, produk atau lainnya yang mereka senangi.

¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Di Indonesia *Facebook* merupakan media sosial yang terbanyak di akses, berdasarkan hasil survey lembaga Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018, media sosial yang paling banyak dikunjungi adalah *Facebook*, sebanyak 50,7% dari total seluruh media sosial yang ada saat ini.

Gambar 2.2 : Hasil survei media sosial yang sering dikunjungi



Sumber : APJII

8. *Facebook* dan Komunikasi Politik

Facebook merupakan salah satu situs media sosial paling banyak penggunanya di internet. Berdasarkan laporan perusahaan pada kuartal IV 2017. Media sosial *Facebook* memiliki pengguna aktif bulanan mencapai 2,1 miliar².

Demikian pula dengan aktivitas dari pengguna *Facebook* rata-rata menghabiskan waktu 12 menit 27 detik. Tercatat 44,6 persen pengguna

² <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3844923/berapa-jumlah-pengguna-Facebook-sekarang>

Facebook berusia 18-24 tahun dengan presentase 20,4 persennya adalah wanita dan 24,2 persennya adalah pria³.

Sebagai salah satu media sosial dengan pengguna tersebar, *Facebook* telah berkembang menjadi alat politik bagi masyarakat dan institusi politik (politikus, partai politik, yayasan politik, tim sukses, dsb). Lebih lanjut, Media sosial telah menjadi kendaraan ideal dan dasar informasi untuk mengukur opini publik dalam kebijakan dan posisi politik yang bertujuan membangun komunitas pendukung bagi kandidat yang bersaing menjadi pejabat Negara.

Pada pemilu 2014, penggunaan media sosial sebagai alat sosialisasi politik para calon legislatif maupun capres lebih signifikan. Kecenderungan pola penggunaan media online untuk berkampanye berbarengan dengan kesadaran pihak kandidat akan efektivitas pengaruh media daring dan kecenderungan masyarakat yang semakin tinggi dalam mengakses internet.

9. Publikasi

Publikasi mempunyai peran penting bagi berjalannya suatu kegiatan publisitas. Sebagaimana publikasi berperan sebagai sistem dimana publikasi ini yang mengolah informasi hingga sampai pada proses informasi itu dapat tersebar pada publik. Menurut proses dari kegiatan yang dilakukan publikasi merupakan suatu kegiatan yang berat dan harus bisa dipertanggung jawabkan. Sebab dalam proses yang dilakukan publikasi ini berhubungan dengan kasus

³ <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

yang sedang di alami oleh publik. Sehingga pesan informasi yang diolah dan akan disampaikan itu harus benar-benar fakta dan mempunyai respon tanggung jawab terhadap kasus yang sedang dialami oleh instansi atau lembaga yang terkait.

Publikasi merupakan alat penting baik dalam bauran promosi maupun dalam bauran *Public Relations* karena publikasi merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang dalam keberhasilan dalam publikasi dan promosi (Rosady Ruslan, 1994:58).

Unsur-Unsur Publikasi

Berdasarkan definisinya terdapat unsur utama yang mempengaruhi dalam proses publikasi, diantaranya:

- 1) Adanya sumber publikasi sebagai sumber informasi Yakni dimana stimuli, media, atau informan menyampaikan pesan berupa informasi apa yang sedang terjadi baik diumumkan melalui media atau seorang sumber informan.
- 2) Adanya pesan yang bersifat informatif Yakni terdapat sesuatu isi pesan yang disampaikan sebagai bahan informasi.
- 3) Adanya media dalam bentuk ruang-ruang fisik sebagai tempat dimana sesuatu diinformasikan atau disebarluaskan. Yaitu media sebagai suatu penyalur dimana informasi itu akan diumumkan.
- 4) Adanya menejemen kegiatan atau aktivitas mulai dari perencanaan, penorganisasian, penggerakkan orang, dan pengawasan atau evaluasi.

- 5) Adanya *audiens*, masyarakat atau khalayak umum, segmen khalayak khusus yang menjadi target penyebarluasan informasi. Yaitu *audiens* sebagai sasaran untuk menerima dari hasil publikasi sehingga dapat dimengerti isi pesan dari informasi yang disebarkan tersebut.
- 6) Adanya tujuan, yaitu untuk mengetahui suatu informasi tertentu, mengubah sikap untuk setuju atau tidak setuju tentang sesuatu yang ditunjukkan dengan adanya keputusan tertentu untuk diikuti.

B. Definisi Operasional

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik (Dahlan, 1999).

Dalam pandangan Dan Nimmo (seperti dikutip Hendra Alfani, 2011) pengertian luas dari komunikasi politik adalah setiap bentuk atau jenis penyampaian pesan yang bermuatan politik, yang disampaikan dari satu sumber kepada sasaran tertentu.

2. Media Sosial

Media Sosial adalah media untuk interaksi sosial menggunakan teknik, mudah diakses dan dapat diperluas. Media sosial menggunakan teknologi web untuk berkomunikasi melalui dialog yang interaktif.

Media sosial menjadi saluran untuk menyampaikan pendapat secara terbuka maupun berkomentar terhadap apapun yang ditulis oleh orang lain. Komunikasi yang terjadi dalam media sosial adalah dua arah, komunikasi ini menciptakan komunitas dengan cepat karena ketertarikan satu sama lain.

3. *Facebook*

Facebook merupakan situs jaringan sosial di internet yang dibuat oleh Mark Zuckerberg dan resmi diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004. *Facebook* juga merupakan media sosial (*network society*) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal serta berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi.

4. **Publikasi**

Publikasi adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran pada media. Dalam proses publikasi disini publisitas sebagai suatu kreatifitas yang menghasilkan karya yang begitu kreatif dan menyenangkan, namun tak memberikan apa-apa bagi apa yang dipublikasikan. Artinya kreatifitas adalah kreatifitas untuk mewujudkan dan mencapai tujuan organisasi dan perorangan.

(Lesly, Philip)

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan bagi penulis dalam penulisan penelitian ini adalah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil/Kesimpulan
1	Halimatusa'diah (Akademi BSI Jakarta) Jurnal	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENCITRAAN POLITISI PERSPEKTIF TEORI USES AND GRATIFICATIONS	Media sosial memberikan alternatif bagi masyarakat untuk terlibat dalam komunikasi politik. Jika tidak ingin ditinggalkan pemilihnya, para kandidat pun mengoptimalkan potensi yang ada pada media sosial. Dalam aspek biaya Penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik relatif lebih murah dibanding kampanye tradisional lainnya. Kuncinya terletak pada keterlibatan kandidat dengan konstituen dan pendukung. Dalam kaitan ini, pemanfaatan media sosial dengan terlebih dahulu memahami karakter khalayaknya merupakan upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh politisi untuk membuka jalur komunikasi yang intens dengan khalayak.

2	M. Arif Darmawan (Universitas Mercu Buana) Jurnal	KOMUNIKASI POLITIK PRABOWO SUBIANTO PADA AKUN <i>FACEBOOK</i> (Analisis Percakapan Dalam Membentuk Personal Branding Militer)	Percakapan antara Prabowo dengan para pengguna <i>Facebook</i> lainnya di status yang diposting merupakan percakapan dengan struktur yang tidak sempurna. Jika pada percakapan umumnya terdapat pembukaan dan diakhiri dengan penutup, dalam percakapan di akun <i>Facebook</i> Prabowo tidak akan berakhir selama masih ada yang menanggapi, artinya percakapan tidak terbatas ruang dan waktu, siapa saja dapat melanjutkan percakapan selama masih dapat melihat status tersebut. Inilah yang membedakan antara percakapan tatap muka langsung dan pembicaraan pada media online, atau yang dikenal dengan istilah chatting. Dalam internet chatting adalah berkomunikasi dengan orang lain yang juga menggunakan internet pada waktu yang sama atau bersamaan. Umumnya pembicaraan yang terjadi adalah pertukaran pesan di satu situs tertentu antara satu pengguna internet dengan pengguna internet di tempat lainnya.
---	--	--	--

3	Harris Munandar, Maman Suherman (Universitas Islam Bandung) Jurnal	Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial	Manfaat ketiga media sosial yang digunakan Ridwan Kamil, bahwa manfaat yang sebenar- benarnya diperoleh adalah Ridwan Kamil selaku wali kota Bandung telah memperbaiki kualitas pelayanan komunikasi pemerintah daerah yang dipimpinnya sehingga beliau telah mensinergikan jaringan kreatifnya dan mengajak rakyat bersama-sama membangun kota Bandung dan menyelesaikan satu-persatu masalah- masalah kota yang dialami oleh masyarakat Bandung sendiri.
---	---	--	--

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penulisan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Karakteristik penelitian kualitatif diantaranya bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata kata, gambar dan bukan angka angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan, yang mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto , video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah Tim Media Sosial Intsiawati Ayus dan Objek penelitian adalah akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan kantor staf dan tim media sosial Intsiawati Ayus, Jalan Tengku Zainal Abidin No. 33, Kelurahan Kota Tinggi, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru.

2. Data Sekunder yaitu data dari sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini, seperti studi ke perpustakaan terhadap teori yang relevan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan menggunakan beberapa tehnik untuk proses pengambilan data nya sebagai berikut :

1. Observasi.

Observasi merupakan metode awal untuk mengumpulkan data, dalam penelitian ini peneliti akan melakukan obeservasi mendalam secara menyeluruh terhadap isi pesan, status, dan gambar yang ditampilkan dalam akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus.

2. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara tanya jawab secara langsung dengan Tim Media Sosial dan pemilik akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus. Dengan tujuan peniliti mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian guna membantu kevalidan data yang didapat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencatat hal-hal penting selama penelitian berlangsung. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber, karena dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji,

menafsirkan, bahkan untuk meramalkan . Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun foto yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen digunakan karena merupakan sumber yang stabil, serta berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian (Moleong, 1994: 216-217)

4. Studi literatur.

Data dari studi literatur berupa pengumpulan bahan dan informasi dari dari buku, jurnal, media massa dan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan sejumlah bahasan dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian “Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI *Intsiawati Ayus*” ini menggunakan metode kualitatif dalam mencari data. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data diperoleh kemudian dikumpulkan untuk diolah dimulai dari observasi, dokumentasi, mereduksi, selanjutnya aktifitas penyajian data serta menyimpulkan data.

Analisis data menurut bogdan dan Biklen Dalam Moleong (2007 : 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah - milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensitesiskannya, mencari dan menemukan pola. Selanjutnya menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang kredibel akan mempengaruhi hasil akurasi penelitian. Oleh karena itu, peneliti memakai triangulasi sebagai cara untuk menentukan keabsahan data.

Analisis Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia (Kriyantono, 2010:72). Tiga macam analisis triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Menggalikan kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber memperoleh data. Dalam triangulasi dengan sumber yang terpenting adalah mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut. Penelitian ini melalui wawancara dan observasi. Penulis bisa menggunakan pengamatan berperan serta, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, dan gambar atau foto.

2. Triangulasi Teori

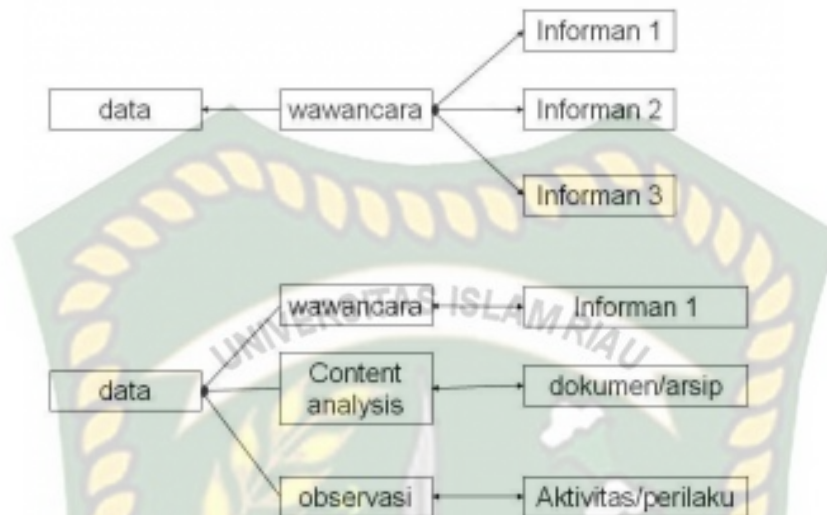
Berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori. Triangulasi teoritik adalah

memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu dan dipadu agar hasilnya lebih komperhensif.

3. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan.

Gambar 3.1 : Triangulasi



Sumber : <https://pdii.lipi.go.id>

Sutopo, 2006, mengemukakan bahwa bentuk dan strategi penelitian terarah pada penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif yang mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam baik pada kondisi maupun proses, dan juga hubungan atau saling keterkaitannya mengenai hal-hal pokok yang ditemukan pada sasaran penelitian. Metode ini dipilih karena adanya ketepatan strategi dengan hasil yang ingin dicapai dan kesesuaiannya dengan paradigma yang digunakan. Penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan yang berjenis penelitian kebijakan dengan bentuk studi kasus terpancang tunggal karena karakteristik lokasi atau konteksnya yang seragam. Proses penelitian dengan metode kualitatif ini akan berdasarkan pada panduan prosedur yang sistematis sesuai dengan teori Creswell, 2003. Pada metode ini keseluruhan perspektif akan dilihat dalam sudut pandang tahapan penelitian

yang saling bertautan dan memiliki keterhubungan kuat dengan data-data utama penelitian agar menghasilkan justifikasi yang koheren. Berkaitan dengan hal tersebut maka pada metode penelitian kualitatif ini akan digunakan model perbedaan triangulasi agar dapat menghasilkan sebuah justifikasi yang koheren dalam mengartikan komponen utama bagi perancangan tata kelola TI. Menurut Sutopo, 2006, triangulasi merupakan cara yang paling umum digunakan bagi peningkatan validitas data dalam penelitian kualitatif. Dalam kaitannya dengan hal ini, dinyatakan bahwa terdapat empat macam teknik triangulasi, yaitu (1) triangulasi data/sumber (data triangulation), (2) triangulasi peneliti (investigator triangulation), (3) triangulasi metodologis (methodological triangulation), dan (4) triangulasi teoritis (theoretical triangulation). Pada dasarnya triangulasi ini merupakan teknik yang didasari pola pikir fenomenologi yang bersifat multiperspektif. Artinya untuk menarik kesimpulan yang mantap, diperlukan tidak hanya dari satu sudut pandang saja.

Model penelitian triangulasi data yang mengarahkan peneliti dalam mengambil data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda-beda. Artinya data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Oleh karena itu triangulasi data sering pula disebut sebagai triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber dapat menggunakan satu jenis sumber data misalnya informan, tetapi beberapa informan atau narasumber yang digunakan perlu diusahakan posisinya dari kelompok atau tingkatan yang berbeda-beda.

Teknik triangulasi sumber dapat pula dilakukan dengan menggali informasi dari sumber-sumber data yang berbeda jenisnya, misalnya narasumber tertentu, dari kondisi tertentu, dari aktivitas yang menggambarkan perilaku orang, atau dari sumber yang berupa catatan atau arsip dan dokumen.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

1. Intsiawati Ayus dan Media Sosial

Intsiawati Ayus lahir di Teluk Belitung, Kabupaten Bengkalis, Riau pada tanggal 4 Mei 1968. menempuh pendidikan dasar di SD Negeri Pematang Peranap (1981), Indragiri Hulu. Lalu melanjutkan pendidikan menengah di SMP Negeri 5 (1984) dan SMA Negeri 1 (1987) Pekanbaru. meraih gelar Sarjana Hukum dari Universitas Islam Riau (UIR) pada tahun 1992. Kemudian mengambil gelar Magister Hukum di Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta pada tahun 2004. Dan meraih gelar Doktor Hukum di Universitas Islam Bandung (UNISBA).

Intsiawati Ayus adalah seorang politisi Indonesia yang menjabat sebagai anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia Daerah Pemilihan Provinsi Riau periode 2004-2009, 2009-2014, 2014-2019 dan 2019-2024. Putri pertama dari Panglima Riau Merdeka, Datuk H. Asman Yunus dan cucu dari Wali kota Pekanbaru Ke-4 Muhammad Yunus. dari garis ayah masih keturunan dari Sultan Abdul Jalil Alamuddin Syah (Sultan Siak ke-4) yang memerintah pada tahun 1766-1780 di Kesultanan Siak Sri Indrapura.

Intsiawati Ayus memiliki akun media sosial *Fanspage Facebook* dengan username @intsiawati dibuat Pada tanggal 12 Maret 2015 memiliki pengikut +- 56.000 dan telah terverifikasi centang biru dari Facebook.

Untuk mempertahankan eksistensi dan pengelolaan media social yang baik serta efektif, *Fanspage Facebook* Intsiawati ayus dikelola oleh tim bidang media sosial yang berkantor di Jl. Tengku Zainal Abidin. No.33. Kelurahan Kota Tinggi, Kecamatan Pekanbaru Kota, Provinsi Riau.

2. Karir Politik

Intsiawati memulai karier politik pertama dengan mencalonkan diri sebagai Wali Kota Pekanbaru pada Pemilihan Calon Wali kota di DPRD Kota Pekanbaru dengan diusung oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada tahun 2001. namun sayangnya gagal terpilih. Pada tahun 2004 mencalonkan diri sebagai Calon Anggota DPD RI dari Provinsi Riau dan berhasil meraih dukungan sebanyak 125.890 suara dan berada peringkat ketiga. Pada Pemilu DPD RI berikutnya (2009) Intsiawati mencalonkan kembali sebagai Anggota DPD RI dari Provinsi Riau dan berhasil menyodok di peringkat kedua dengan perolehan dukungan sebanyak 144.559 suara.

Tergerak untuk memperbaiki nasib kampung kelahiran di Kepulauan Meranti, tempat sang Ayah mengabdikan sebagai pengawas kehutanan, Intsiawati pada tahun 2010 mencoba kompetisi Pemilihan Bupati Kepulauan Meranti berpasangan dengan salah seorang Anggota DPRD bernama Amyurlis (Ucok) namun niatnya ini tidak berhasil tercapai.

Kembali ke parlemen, kerja keras dan kinerja yang ditunjukkan selama menjabat pada periode kedua, semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat Riau. Hal ini terbukti dengan perolehan suara yang melonjak dua setengah kali pada

Pemilu DPD RI berikutnya (2014). mendulang dukungan yang fantastis yaitu sebanyak 352.603 suara dan bertengger di peringkat pertama Dan pada Pemilu Legislatif 2019 meraih suara sebanyak 351.181 dan bertengger di peringkat pertama perolah suara terbanyak dari seluruh peserta pemilu, baik partai maupun perorangan.

3. Biodata Tim Media Sosial Intsiawati Ayus

1. Nama : Intsiawati Ayus
TTL : Bengkalis, 04 Mei 1968
Umur : 53 Tahun
Posisi : Master Admin/Pemilik Akun
2. Nama : Ryan Rianda Putra
TTL : Perawang, 01 Januari 1996
Umur : 25 Tahun
Posisi : Admin
3. Nama : Ade Suchandra
TTL : Sungai Ara, 24 September 1992
Umur : 28 Tahun
Posisi : Pembuat Konten, Fotografer dan Videografer

4. Data Akun Fanspage Facebook Intsiawati Ayus

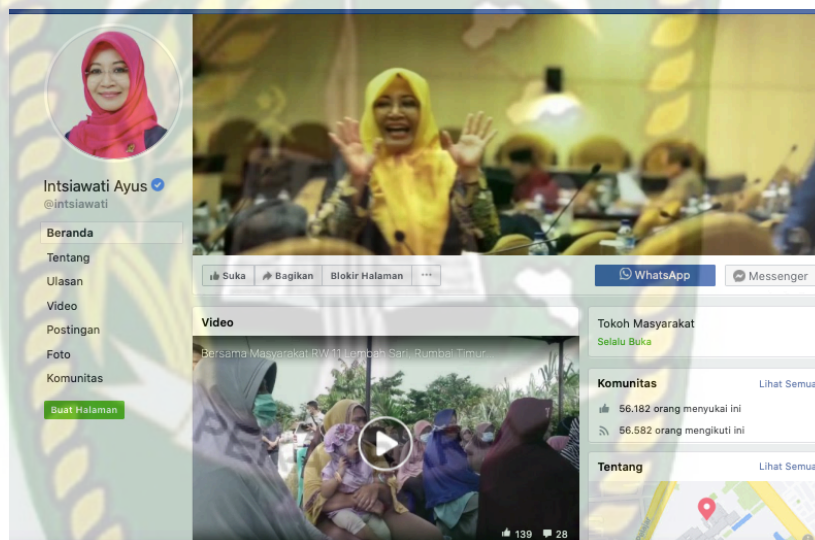
Nama Akun : Intsiawati Ayus

Username : @intsiawati

Dibuat : 12 Mei 2015

Pemilik : Intsiawati Ayus

Gambar 4.1 : Fanspage Facebook Intsiawati Ayus



Sumber : Tangkapan Layar Facebook.com/intsiawati

B. Hasil Penelitian

1. Informan Penelitian

Setelah penulis melaksanakan penelitian kurang lebih selama dua bulan dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi langsung dan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik penentuan informan alam penelitian menggunakan *Purposive sampling* dimana penulis menanyakan langsung kepada narasumber yang telah dianggap tau

dan mengerti informasi yang penulis butuhkan dalam penelitian ini. Informan tersebut adalah :

1. Nama : Dr. Hj. Intsiawati Ayus, S.H., M.H.

Jabatan : Pemilik Akun/Master Admin

2. Nama : Ryan Rianda Putra

Masa Kerja : 3 Tahun

Jabatan : Admin

2. Hasil Wawancara Pemanfaatan *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi Anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus

a. *Fanspage Facebook* Sebagai Media Publikasi

Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media publikasi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Intsiawati Ayus sebagai pemilik akun sebagai berikut :

“Sebagai seorang perwakilan rakyat yang telah diamanahkan masyarakat riau kepada saya untuk menjadi utusan Provinsi Riau di Lembaga Legislatif Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) saya harus mengerjakan dan menjalankan amanah dengan baik. Saya menggunakan media social *facebook* untuk menyerap aspirasi secara langsung berdialog dengan masyarakat dan untuk melaporkan kinerja, perkembangan aspirasi, agenda kerja serta sebagai media untuk berbagi informasi terkait kinerja saya di Lembaga tinggi negara.”

Pendapat lain disampaikan oleh Ryan Rianda Putra selaku staf admin *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus mengatakan bahwa:

“Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media publikasi sangat efektif sekali, terlihat jelas dari antusias para *followers* yang memberikan komentar dan dukungan terhadap berbagai aktivitas Ibu Intsiawati Ayus Dengan demikian terikat kedekatan emosional antar anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus dengan publik. Dan sebagai admin, kami telah menjalankan totalitas komunikasi yang baik terhadap publik dengan membalas komentar mereka.”

b. *Fanspage Facebook* Sebagai Media Komunikasi Politik

Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media komunikasi politik berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Intsiawati Ayus sebagai pemilik akun sebagai berikut :

“*Facebook* sebagai media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat riau sangat berpengaruh untuk komunikasi politik saya kepada konsituen atau pemilih, saya gunakan media sosial untuk berdialog, bercakap dan bersenda gurau kepada masyarakat sebagai bentuk pendekatan serta menyampaikan terima kasih kepada masyarakat yang telah memilih saya. Dengan *Facebook* komunikasi dua arah terjadi, dengan begitu masyarakat akan merasa dekat dengan perwakilannya. Pada media sosial *facebook* saya dapat mengekspos kegiatan-kegiatan kelembagaan, memprosikan program kerja dan kegiatan lainnya yang dapat menjalin komunikasi dengan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab kinerja.”

Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sangat berperan besar sebagai sarana interaksi dan sosialisasi bagi seorang politisi. Pemanfaatan media sosial untuk berbagai kegiatan politik semakin terdepan, rata-rata para politisi mampu mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Hal itu dikarenakan media sosial ini selain sebagai sarana sosialisasi ataupun interaksi, bisa dimanfaatkan juga sebagai sarana kampanye politik yang praktis dan efisien.

Pada penelitian ini pihak yang mempunyai kebutuhan untuk menyampaikan pesan adalah Intsiawati Ayus. Intsiawati Ayus mengkomunikasikan pesan tentang berbagai kegiatan dan program kerja, pesan tersebut berupa flayer/poster Intsiawati Ayus yang di-posting di *Facebook* dan tautan berita mengenai Intsiawati Ayus dari berbagai portal berita online.

Dalam penelitian ini Intsiawati Ayus menggunakan *Fanspage Facebook* sebagai alat menyampaikan pesan kepada pengikut *Fanspage Facebook*. Untuk mengharapkan citra positif Intsiawati Ayus dan partisipasi dari masyarakat khususnya Riau.

Menurut penulis, *Facebook* sebagai salah satu media jejaring sosial yang digunakan sebagai media komunikasi politik Intsiawati Ayus sudah melaksanakan fungsi komunikasi politik secara maksimal. Adapun fungsi komunikasi politik menurut McNair (Cangara, 2011, hal. 33) adalah:

1. Memberikan informasi kepada khalayak tentang apa yang terjadi disekitarnya. Pengelola *Facebook* Intsiawati Ayus sudah cukup melakukan pengamatan dan monitoring tentang apa yang terjadi dalam masyarakat khususnya Riau. Pengamatan dan monitoring berkaitan dengan isi pesan yang

tepat untuk disampaikan kepada target komunikasi politik. Setelah melakukan observasi pada *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus penulis menemukan isi pesan yang memfokuskan kepada berbagai kegiatan dan program kerja melalui flayer/poster serta link yang dibagikan di Facebook Intsiawati Ayus yang berisi berita tentang Intsiawati Ayus dari berbagai portal berita online.

2. Memberi edukasi kepada khalayak terhadap arti dan signifikansi fakta yang terjadi. Menurut penulis, *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sudah memberikan pendidikan politik kepada masyarakat Riau melihat sebagian besar masyarakat sangat aware dengan politik. Data pada bab I menunjukkan pengguna Facebook Indonesia mencapai 130 juta akun. Intsiawati Ayus sangat memaksimalkan fungsi tersebut untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat khususnya Riau sehingga aware pada politik, kemudian dapat memberikan citra positif pada Intsiawati Ayus.

3. Menyediakan diri sebagai *platform* politik untuk menampung masalah-masalah politik sehingga dapat menjadi bahasan dalam membentuk opini publik dan menyampaikan hasil opini publik kepada masyarakat. Menurut penulis, fungsi politik ini dalam *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sangat optimal. Hal ini terlihat dari aspirasi dan suara dari fans dimobilisasi dengan baik oleh admin *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sehingga ada bahasan diskusi yang terjalin secara dua arah.

4. Menjadi sarana publikasi kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik. Fungsi ini sudah dilaksanakan oleh *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sebagai salah satu media komunikasi politik Intsiawati Ayus. Berbagai agenda

kegiatan dan program kerja dipublikasikan melalui Facebook antara lain publikasi berita kegiatan agenda Intsiawati Ayus

5. Media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang membantu agar kebijakan dan program politik dapat disalurkan kepada media massa. Berdasarkan obesrvasi penulis pada *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus kebijakan dan program politik Intsiawati Ayus sudah disalurkan melalui *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus.

3. *Fanspage Facebook* Sebagai Salah Satu Media Sosial Untuk Mencari Informasi

Kehidupan manusia sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi baik dalam hal ekonomi, sosial, budaya dan juga politik. Bidang politik cukup banyak terpengaruh oleh teknologi komunikasi. Komunikasi sangat penting dan diperlukan dalam politik dan merupakan salah satu bagian dari kegiatan politik. Kegiatan politik juga sering menggunakan media sebagai alat komunikasi. Media daring, jejaring sosial ataupun media sosial sebagai salah satu produk teknologi komunikasi cukup banyak dipergunakan dalam kampanye berbagai kegiatan dan program kerja politisi, konsep McLuhan yang menyatakan bahwa teknologi adalah media menjadi konsep dasar yang menjadi landasan dalam analisis suatu kasus politik. Dari konsep McLuhan ini turun ke dalam beberapa teori yang memiliki kaitan dan juga dapat menjadi pisau analisis dalam berbagai kasus yang ada dalam bidang politik. Teknologi komunikasi yang selalu berkembang dari masa ke masa dengan demikian itu menyebabkan adanya

pengaruh pada bidang politik melalui kegiatan kampanye yang kini dikembangkan melalui media yang berinovasi dan dapat terlihat adanya technological deternism yang ada di tengah masyarakat sebab banyaknya orang yang begitu ketergantungan dengan fungsi teknologi, sehingga tak bisa dipungkiri bahwa kehidupan sangat dikuasai oleh teknologi. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mampu hidup sendiri dan hal ini juga sesuai dengan aksimoma dari komunikasi bahwa “*we cannot not communicate*”. Benar sekali bahwa manusia tidak bisa untuk tidak berkomunikasi. Baik itu komunikasi verbal ataupun komunikasi nonverbal. Komunikasi adalah merupakan sebuah proses penyampaian *mesenger* dari sender kepada *receiver* melalui media.

Seperti yang kita ketahui bahwa teknologi berkembang sangat pesat dan menyebabkan kemunculan betbagai media baru yang memberikan dampak pada kehidupan sosial masyarakat. Politik merupakan salah satu bidang yang membutuhkan media sebagai jembatan komunikasi. Karena komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam politik.

Seperti facebook yang menyatukan jutaan masyarakat Indonesia dibandingkan media sosial lainnya. Sosial media sagat mempengaruhi kehidupan manusia, terutama pada bidang politik tersebut. Seperti halnya *Fanspage Facebook Intsiawati Ayus*. Dalam bidang politik sendiri yang di dalamnya juga terdapat komunikasi politik yang membuat masyarakat dapat mengetahui berbagai kegiatan dan program kerja politisi. Berawal dari konsep dasar bahwa teknologi adalah perpanjangan dari tangan manusia. Banyak

manfaat yang diberikan oleh penggunaan teknologi. Namun sering kali kita terjebak bahwa teknologi hanya sebuah alat elektronik yang sangat canggih.

Dari sudut pandang teori masyarakat dan kekuasaan seperti yang dikemukakan oleh McQuail (1987) bahwa media dilihatnya bukan saja membentuk ketergantungan (dependensi) warga masyarakat terhadap media dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan identitas dan kesadaran.

Teori masyarakat itu lebih menekankan potensi media dari pada keterbatasan lainnya, terutama karena adanya kecenderungan monopoli dan kesulitan untuk mengekang kecenderungan itu sendiri. Demikian juga kalau kita kembali melihat konsep dasar dari opini publik, yang sebenarnya bertitik tolak dari hak asasi yang pada diri seseorang, yaitu hak kebebasan mengeluarkan pendapat, menyatakan sikap, pikiran dan gagasan. Adanya konsep tersebut dalam proses pembentukannya, media massa merupakan salah satu saluran dan sekaligus penggerak utama dalam penentuan suatu agenda politik (baik itu agenda media maupun agenda khalayak) terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat. Dilihat dari manfaat media, media massa mempunyai kemampuan yang luar biasa dalam memperkuat (reinforcement) suatu kondisi atau situasi yang sudah ada.

Penggemar aktif menggunakan *Facebook* sebagai sarana mencari informasi karena mudah mengakses, jaringannya luas, sangat ekonomis, dan membuat komunikasi lebih cepat. Berdasarkan hasil penelitian tentang alasan mengapa narasumber aktif mencari informasi melalui *Facebook*, penggemar

aktif mencari informasi mengenai isu politik melalui *Facebook* Intsiawati Ayus dikarenakan penggemar ingin mengetahui hal-hal baru serta informasi penting tentang Intsiawati Ayus, *Facebook* digunakan sebagai bahan referensi dan pemantapan narasumber dalam memilih pandangan politik, bahan observasi pribadi, dan *Facebook* digunakan untuk mengikuti perkembangan politik di Indonesia. Alasan penggemar di atas sesuai dengan Teori kegunaan dan gratifikasi menurut (West dan Turner, 2008, hal. 101) menyatakan bahwa: “Orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu”. Penggemar *Facebook* Intsiawati Ayus menggunakan Facebook untuk mendapatkan informasi mengenai Intsiawati Ayus.

Berdasarkan asumsi teori kegunaan dan gratifikasi (West dan Turner, 2008, hal.104) menyatakan bahwa:

1. Khalayak aktif dalam menggunakan media berorientasi kepada tujuan. Hasil penelitian sesuai dengan asumsi teori kegunaan dan gratifikasi yang pertama. Penggemar aktif menggunakan Facebook berorientasi kepada tujuan yaitu untuk mencari informasi. Berdasarkan hasil penelitian, informasi yang ingin didapatkan dari Facebook Intsiawati Ayus antara lain informasi tentang Intsiawati Ayus meliputi hasil kerja nyata Intsiawati Ayus perjuangan visi-misi, dan sikap politik Intsiawati Ayus terhadap perbaikan bangsa.
2. Inisiatif dalam kepuasan terhadap pilihan media tergantung pada anggota khalayak. Pengikut Facebook Intsiawati Ayus juga berinisiatif memilih media lain ketika tidak mendapatkan kepuasan mendapatkan informasi dari Facebook.

Berdasarkan hasil penelitian, alasan mengapa narasumber aktif mencari informasi melalui *Facebook*, *Facebook* digunakan sebagai bahan referensi dan pemantapan narasumber dalam memilih pandangan politik, bahan observasi pribadi, dan *Facebook* digunakan untuk mengikuti perkembangan politik di Indonesia.

3. Media mempunyai kompetitor sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Berdasarkan hasil penelitian, media lain yang digunakan dalam mencari informasi tentang Intsiawati Ayus, adalah *instagram*, selain itu fans juga mengakses informasi dari portal berita online. Asumsi ketiga dari teori kegunaan dan gratifikasi sesuai dengan hasil penelitian.

4. Khalayak memiliki kesadaran diri, minat, motif dalam menggunakan media. Penggemar *Facebook* Intsiawati Ayus memiliki kesadaran diri, minat, motif dalam menggunakan *Facebook*. Hal ini dapat dilihat dari alasan mengapa penggemar *Facebook* Intsiawati Ayus menggunakan *Facebook* yaitu berorientasi dalam mencari informasi tentang Intsiawati Ayus.

5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak. Penilaian mengenai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak karena kesadaran diri, motif, dan minat khalayak berbeda-beda, hal tersebut mempengaruhi kepuasan tiap individu.

4. Fungsi Fanspage Facebook Sebagai Media Komunikasi Politik

Media bermanfaat dalam mengabsahkan suatu yang sudah ada dalam pikiran seseorang tentang suatu realitas sosial. Begitu pula kalau dilihat dari potensi media, dimana media berfungsi sebagai saluran di dalam mentransfer informasi politik yang ternyata posisinya semakin bertambah penting. Tingginya pemanfaatan media mendorong potensi media semakin kokoh. Maka dari itu, peran media massa selalu menjadi rebutan dan cenderung untuk digunakan oleh kelompok kepentingan (interest grup), partai politik, politisi, pressure grup, dan lembaga-lembaga politik lainnya. Karena media massa dilihat sebagai alat yang mempunyai pengaruh untuk mengontrol sistem politik, khususnya mengontrol jalannya pemerintah. Disisi lain demarkasi yang jelas dari peranan media massa, maka bagi negara yang berpaham demokrasi media massa berfungsi secara timbal balik dalam melakukan komunikasi politik. Dimana rakyat dan pemerintah serta lembaga-lembaga politik lainnya mempunyai kedudukan yang sama dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan Negara. Jadi semua lapisan masyarakat diberi kesempatan untuk memberikan penilaian terhadap jalannya sistem politik, dengan memanfaatkan media sebagai saluran politik.

Beberapa karakter sosial media yang perlu diketahui menurut Mayfield (dalam Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 3 – Issue: 4 – October - 2013, 2013) adalah:

1. *Participation*. Pengikut atau penggemar yang masih aktif di *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus hanyalah orang yang masih tertarik dengan

Facebook sendiri. Sebagian masyarakat sudah mulai meninggalkan *Facebook* dan beralih ke media jejaring sosial lain. *Facebook* sebagai media memiliki tugas untuk menyampaikan pesan kepada segala lapisan masyarakat. Isi pesan juga harus disesuaikan kepada siapa pesan itu akan disampaikan. *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sendiri memiliki kurang lebih 56.000 Pengikut yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Feedback yang diterima menjadi sudah cukup relevan untuk target audience yang lingkupnya luas.

2. *Openness*. Karakter media jejaring sosial yaitu *openness* sudah dimaksimalkan di *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus. Komentar dari pengikut atau penggemar diakomodasi oleh admin *Facebook* Intsiawati Ayus sehingga feedback dan participation efeknya terlihat efektif.

3. *Conversation*. *Facebook* yang seharusnya dapat digunakan sebagai media untuk bercakap-cakap dan berdiskusi dua arah antar sesama pengikut atau antar pengikut dengan Intsiawati Ayus berjalan dengan maksimal karena faktor admin yang menanggapi interaksi yang terjadi pada topik- topik yang dibahas. *Conversation* yang berjalan secara maksimal, ada tanggapan berupa komentar dari pengikut, dan ada interaksi atau percakapan dengan admin *Facebook* Intsiawati Ayus.

4. *Community*. Berkaitan dengan faktor *community*, *Facebook* Intsiawati Ayus menjadi tempat berkumpulnya pengikut Intsiawati Ayus dari berbagai daerah yang mendukung visi misi yang diusung Intsiawati Ayus, namun menurut penulis *Facebook* Intsiawati Ayus sudah menjalin komunikasi yang efektif

bagi pengikut Intsiawati Ayus dari berbagai daerah yang mendukung visi misi yang diusung Intsiawati Ayus.

5. *Connectedness*. *Facebook* Intsiawati Ayus memanfaatkan tautan ke tautan yang lain dalam membagi informasi, contohnya tautan dari portal berita daring dan dibagikan melalui *Facebook* Intsiawati Ayus.

Adapun beberapa faktor yang menyebabkan *Facebook* sebagai situs jejaring sosial mampu menjadi sarana komunikasi politik yang efektif disampaikan oleh (Wrestling, 2007, hal. 3-9) sebagai berikut:

1. Faktor komunitas. Pengikut *Facebook* Intsiawati Ayus berasal dari berbagai daerah dan bertemu di *Facebook* Intsiawati Ayus. Pengikut memberikan *comment* atau *like* dalam posting-an *Facebook* Intsiawati Ayus. *Comment* dapat berupa kritikan, saran, opini tentang topik yang di-posting. *Comment* berupa kritikan, saran, atau opini dari fans ditanggapi oleh admin *Facebook* Intsiawati Ayus sendiri, sehingga diskusi yang terjalin interaktif.
2. Fitur. Fitur *like*, *comment*, *share photo*, *video*, *update* status pada *Facebook* Intsiawati Ayus secara maksimal menghasilkan komunikasi dua arah. Berdasarkan observasi penulis, Intsiawati Ayus menggunakan fitur *update* status untuk membangun diskusi khususnya bagi masyarakat dengan topik-topik yang dekat dengan anak muda dan kekeluargaan seperti kebudayaan, musik, kesenian, lingkungan, dan lain-lain. *Facebook* Intsiawati Ayus juga membagikan tautan berita dari portal berita daring yang berkaitan dengan kegiatan Intsiawati Ayus.

3. Komunikasi politik antar anggota. Hal ini sudah dilakukan oleh anggota atau fans Facebook Intsiawati Ayus. Penggemar Intsiawati Ayus menyuarkan aspirasinya, opini, kritikan, saran melalui *Facebook* dan politisi sendiri yaitu Intsiawati Ayus menggunakan *Facebook* secara maksimal untuk sarana komunikasi politik dengan penggemarnya.
4. Komunikasi politik antar anggota dengan politisi. Berdasarkan hasil penelitian, *Facebook* digunakan sebagai sarana pencarian informasi tentang Intsiawati Ayus oleh pengikut *Facebook* Intsiawati Ayus. *Facebook* digunakan untuk komunikasi antar anggota atau pengikut ataupun pengikut/penggemar dengan politisi.
5. *Facebook* sebagai alat mobilisasi. Dukungan dari pengikut terhadap pesan yang disampaikan melalui *Facebook* berupa *like*, *comment* dan *share* pada postingan *Facebook* Intsiawati Ayus. Terdapat interaksi yang terjalin antara pengikut dan *Facebook* Intsiawati Ayus. Beberapa kelebihan *Facebook* sebagai media komunikasi politik digunakan secara maksimal oleh pengelola *Facebook* Intsiawati Ayus.

Dengan kelebihan *Facebook* sebagai media yang gratis, mudah, murah, jangkauannya luas ini telah dikelola dengan maksimal, interaktifitas dijaga, isi pesan disesuaikan sesuai target yang akan disasar, diskusi terjalin efektif, aspirasi, opini, kritik dan saran dari fans dimobilisasi dengan baik, sehingga bisa menciptakan efek positif yang ingin dicapai oleh Intsiawati Ayus yaitu sosialiasasi politik.

Media sosial hanya berpengaruh signifikan bagi politikus yang bekerja sepanjang waktu. Bukan pekerjaan instan lima tahun sekali. Mereka yang intens menyebarkan ide-ide dan berdiskusi dalam bidang tertentu secara mendalam sepanjang waktu akan mendapat hasil kerja terbaik. Media sosial tidak cocok untuk politisi "kosong", tapi hanya bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tak cocok bagi yang egois, melainkan bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap permasalahan rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik.

Sifat kampanye di media sosial bisa merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Jika di dunia nyata kampanye begitu berisik, keras suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Politik di media sosial bisa merupakan politik sejati, yaitu politik yang benar-benar berisi ide-ide dan aksi nyata untuk kebaikan umum.

Di setiap masyarakat, mulai dari yang paling primitif hingga yang terkompleks, sistem komunikasi menjalankan empat fungsi. Harold Lasswell telah mendefinisikan tiga diantaranya: penjagaan lingkungan yang mendukung; pengaitan berbagai komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan serta pengalihan warisan sosial. Masyarakat juga menggunakan sistem komunikasi sebagai guru yang menyampaikan warisan sosial

(nilai-nilai, norma) dari seseorang ke orang lain, atau bahkan dari generasi ke generasi. Hal itulah yang menjadikan media sosial sebagai salah alat komunikasi yang efektif.

Seperti yang diketahui, bahwa pola komunikasi yang terjadi dalam media-media *facebook* adalah komunikasi dua arah/interaktif dan secara realtime. Dengan perkembangan teknologi seperti sekarang, media masa juga tentu terkena dampaknya dan harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada, sehingga saat ini kita dapat menjumpai banyak metode-metode media masa yang baru, seperti halnya berita dari twitter, kompasiana yang merupakan opini dan tulisan masyarakat, dan lain sebagainya. Dalam sosialisasi politik, politisi bisa saling berhubungan langsung dengan khalayak melalui tulisan di wall atau forum diskusi lainnya yang bisa di koment oleh tiap orang. Selain menyampaikan berbagai kegiatan dan program kerja kepada orang lain, facebook juga bisa menjadi sarana menjaring aspirasi masyarakat karena bisa disampaikan secara langsung. Facebook juga bisa dimanfaatkan sebagai pengenalan diri dan membangun tali persahabatan dengan siapa saja (khususnya antara politisi dan khalayak).

C. Pembahasan Penelitian

Pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media publikasi oleh Intsiawati Ayus secara tidak langsung menjadi sarana komunikasi tentunya sesuai dengan Teori CMC Menurut (December, 1997), CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang, dan terlibat dalam proses untuk membentuk media dalam berbagai tujuan. Sedangkan dalam makna klasik, *Herring* mendefinisikan CMC sebagai proses komunikasi yang terjadi antara manusia melalui perantara komputer yang berbeda. Hal ini dimaksudkan bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi antara satu dengan lainnya menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi pada komputer tersebut (Thurlow, 2005: 15). Menurut teori penyaring petunjuk, CMC memiliki dampak sosial yang signifikan terhadap hierarki organisasional. Pada interaksi langsung (*face to face*), ada korelasi yang kuat antara hirarki sosial dan jumlah partisipasi di dalam rapat organisasi, misalnya para manajer berbicara lebih banyak dibandingkan bawahannya. Bertumbuhnya media sosial berkat adanya internet bisa dijelaskan melalui teori CMC (*Computer Mediated Communication*), yaitu istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Hal yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut.

Definisi CMC menurut Susan Herring (dalam Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004: 15) adalah “*CMC is communication that takes place between human beings via the instrumentality of computers*”. Selanjutnya, menurut John December (dalam Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004) adalah “*Computer Mediated Communication is a process of human communication via computers, involving people, situated in particular contexts, engaging in processes to shape media for a variety of purposes*”. Pixy Ferris secara general mendefinisikan CMC sebagai “interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer, yang meliputi komunikasi asynchronous dan synchronous melalui fasilitas dalam internet”. Medium komputer dalam CMC adalah berupa perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software) berupa aplikasi khusus yang memungkinkan orang saling berinteraksi. Komputer harus memiliki jaringan Internet agar bisa saling terhubung dengan komputer lain secara global.

Contohnya ketika pengikut *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus saling *chatting* dan berkomentar di halaman tatap muka Facebook, mereka membutuhkan komputer, internet, dan aplikasi browser untuk mengakses situs Facebook. Komunikasi yang terjadi dalam *chatting* tersebut bersifat interaktif dimana komunikator bisa menjadi komunikan dalam waktu yang bersamaan.

CMC mempunyai dua tipe, yang ditentukan dari jenis komunikasi yang terjadi, yaitu *synchronous communication* atau *asynchronous communication* (Pearson dkk, 2006: 276). *Synchronous communication* adalah komunikasi yang terjadi bila peserta komunikasi berinteraksi secara *real-time*. Peserta komunikasi disini berperan sebagai pengirim sekaligus penerima. Contohnya pada panggilan telepon

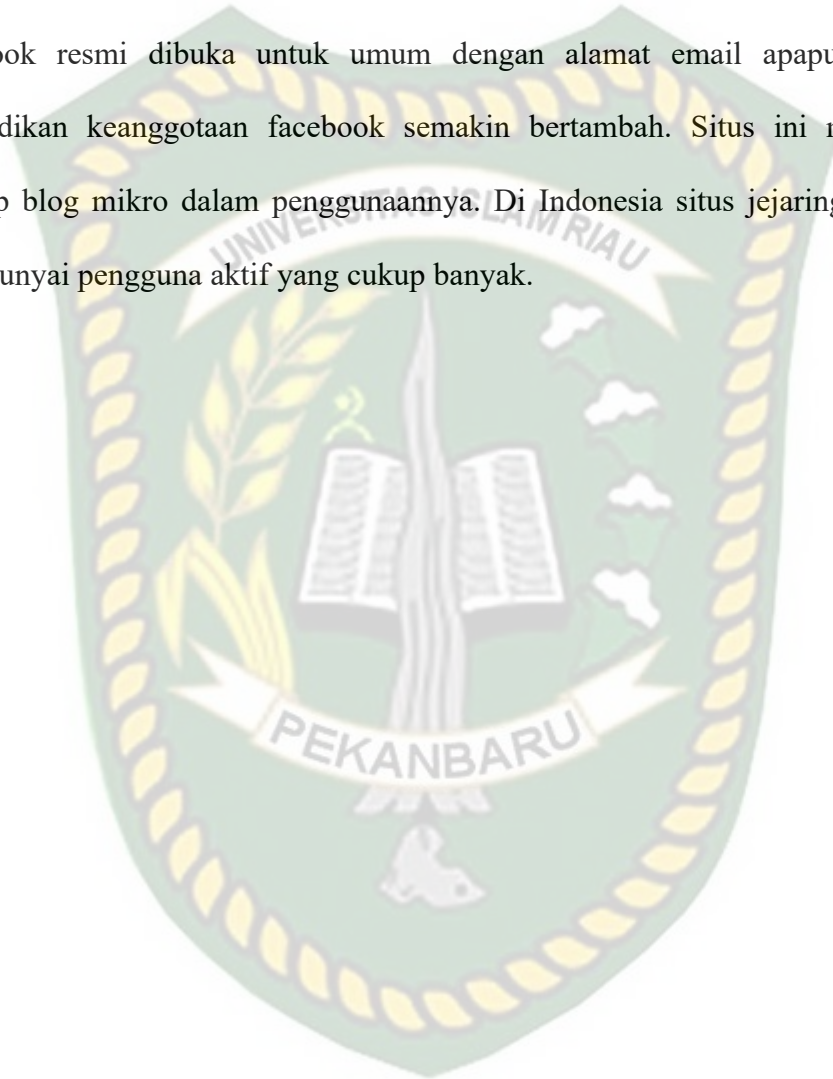
atau *online-chat* diaplikasi Facebook yang dilakukan oleh Intsiawati Ayus kepada pengikut dan konsituen yang rutin dilakukan. Sedangkan *asynchronous communication* adalah komunikasi yang interaksinya tertunda dan setiap peserta komunikasi harus bergantian menjadi pengirim dan penerima. Contohnya adanya waktu interaksi yang tertunda pada kolom komentar disetiap unggahan kegiatan pada akun *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus,

Ada dua aspek dari CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka, yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*) (Griffin,2006: 143). Berbeda dengan komunikasi tatap muka yang menggunakan simbol-simbol verbal (melalui bahasa) dan simbol-simbol nonverbal (melalui gestur tubuh), CMC menggunakan sistem isyarat yang ada dalam aplikasi komputer, misalnya melalui emoticon (simbol-simbol berupa karakter teks yang mewakili ekspresi manusia dalam dunia online). Komunikasi yang terjadi dalam CMC pun cenderung lebih lama dari komunikasi tatap muka. Komunikator dalam CMC tidak dapat langsung memahami maksud pesan yang disampaikan karena terbatas dengan karakter-karakter di komputer.

Dalam kehidupan sehari-hari, untuk mencapai kebutuhan dalam mencari informasi dan melakukan interaksi, individu dapat melakukan melalui tatap muka atau dengan menggunakan media. Dalam teori CMC, komunikasi yang dilakukan yaitu menggunakan komputer dengan internet.

Facebook adalah sebuah situs mikroblog dan situs web jejaring sosial yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan “pembaharuan” berupa

tulisan teks dengan panjang, pengirim pesan instan, surat elektronik,. Buffardi dan yCampbell *facebook* adalah jejaring sosial terpopuler, bukan hanya dikalangan mahasiswa saja tapi di seluruh dunia. Akhirnya pada tanggal 11 September 2006 facebook resmi dibuka untuk umum dengan alamat email apapun, hal ini menjadikan keanggotaan facebook semakin bertambah. Situs ini mempunyai konsep blog mikro dalam penggunaannya. Di Indonesia situs jejaring sosial ini mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penemuan dan analisis data terhadap pemanfaatan *Fanspage Facebook* dalam publikasi anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus. Maka, hasil penelitian dan analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media Komunikasi Politik adalah:

1. *Fanspage Facebook* berperan besar dalam publikasi anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus. Dimana publikasi yang dilakukan menjadi sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat.
2. Pola komunikasi yang terdapat dalam *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus adalah termasuk dalam teori CMC. CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang, dan terlibat dalam proses untuk membentuk media dalam berbagai tujuan. Dalam artian lain, terhubungnya komunikasi antar manusia melalui media komputer dan internet.
3. *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus sebagai wadah atau jembatan untuk mencari referensi politik.
4. Sebagai sarana interaksi virtual yang efektif dalam menjalin silaturahmi dan berbagi informasi dengan masyarakat secara luas.

Berdasarkan kesimpulan di atas yang merupakan hasil penelitian dan kemudian dianalisis, penulis dapat mencapai tujuan penelitian yaitu satu, mengetahui komunikasi politisi kepada khalayak dan mengetahui pemanfaatan *Fanspage Facebook* sebagai media publikasi anggota DPD/MPR RI Intsiawati Ayus. Facebook sebagai salah satu media komunikasi Intsiawati Ayus dalam mengkomunikasikan informasi yang bersangkutan dengan berbagai kegiatan dan program kerja sehingga terciptanya komunikasi dua arah yang efisien.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan peneliti memiliki beberapa saran:

1. Saran Akademis

Pada lingkup akademis, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya agar:

a. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat meneliti peran media jejaring sosial lain seperti *Twitter*, *Instagram* sebagai media komunikasi politik. Melihat media seperti *Twitter* dan *Instagram* banyak digunakan oleh khalayak dalam mencari informasi tentang isu politik dan sosok politisi.

b. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat komunikasi politisi dari komunikator politik lain Indonesia selain Intsiawati Ayus, tokoh politik di Indonesia, dan lembaga-lembaga Negara.

c. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat pemanfaatan Fanspage Facebook dalam komunikasi politisi dengan membandingkan fenomena yang terjadi di Indonesia dengan perspektif dari negara lain.

d. Penulis menyarankan pada penelitian selanjutnya menggunakan jenis penelitian kuantitatif atau konten analisis agar memperkaya referensi penelitian tentang *Fanspage Facebook* dalam komunikasi politisi.

1. Saran Praktis

Pada lingkup praktis, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya agar:

a. Peneliti menyarankan pada pengelola *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus untuk menjaga interaktifitas pada *Facebook* Intsiawati Ayus agar komunikasi dua arah yang efektif tetap terjaga konsistensinya.

b. Penulis juga menyarankan kepada admin *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus untuk membangun diskusi ringan di *Fanspage Facebook* Intsiawati Ayus tentang topik- topik yang kekinian agar menarik partisipasi khayalak untuk melekat politik.

c. Penulis menyarankan kepada departemen media dan komunikasi publik Intsiawati Ayus untuk mengikuti perkembangan penggunaan media jejaring sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* agar dapat menarik lebih banyak khayalak tertarik dalam dunia politik.

d. Penulis menyarankan kepada departemen media dan komunikasi publik Intsiawati Ayus untuk mengkomunikasikan program kerja lebih banyak lagi melalui Facebook karena berdasarkan hasil penelitian informasi yang ingin didapatkan oleh fans Facebook Intsiawati Ayus adalah informasi seputar Intsiawati Ayus meliputi hasil kerja nyata, perjuangan visi-misi dan sikap politik Intsiawati Ayus terhadap perbaikan bangsa.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aaker, J. dan Smith A. 2010. *Quick, Effective, and Powerful Ways to Use Social Media to Drive Social Change*. ISBN 978-0-470-61415-0. Jossey-Bass.
- Ardial, 2010. *Komunikasi Politik, Indeks* : Jakarta
- Assegaf, Dja'far H, 1991, *Jurnalistik masa kini*, Ghalia Indonesia : Jakarta
- Cangara, Hafied, 2007, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT . Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- _____ 2007 *Komunikasi Politik, Konsep, teori, dan Strategi*, Rajawali Pers : Jakarta
- Dailey, 2009, *Peculiarities of Social Media Integration Into marketing communications*, IA Brown & Benchmark : Dubuque
- Deddy Mulyana, 2013, *Komunikasi Politik Komunikasi, membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, Remaja Rosda Karya : Bandung
- Effendy, Onong Uchjana.2003, *Ilmu,Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra AdityaBakti.Bandung
- Kriyantono, Rachmat ,2006 *Teknik Praktis Riset Komunikasi* : Kencana Prenada Media : Surabaya
- Lesly, Philip, 1992, *Public Relations Handbook*, Pantice Hall : New York
- Laudon, Kenneth, C., dan Traver, Carol Guercio 2010, *E-Commerce 2010: Business, Technology, Society*, Pearson, International Edition
- Lexy J Moleong, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, Remaja Rosda Karya : Bandung
- Mcquail, denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mcquail*. Salemba Humanika : Jakarta
- Moleong, L.J. (1994). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya : Bandung
- _____ (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset : Bandung
- Deni Darmawan, 2013, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Teori dan Aplikasi)*. Rosda : Solo
- Ruslan, Rosady. 1994. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Ghalia Indonesia : Jakarta

Schramm, Wilbur, 1982, *Asas asaskomunikasi antar manusia*, LP3S & EWCI : Jakarta-Hawai

Susan B. Barnes, 2002 *Computer Mediated Communication (Human to Human Communication Across the Internet)*, Pearson Education : Boston

Jurnal :

Alfani, Hendra, 2011, “Media Massa, Pemilukada, dan Kepentingan Politik di Ruang Publik”, *Jurnal Semai Komunikasi* Vol. II No.1, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM), Semarang

Purnama, Hadi, 2011, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.Pp 107-124 : Jakarta

Dokumentasi :

Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia : 2018
KPU Provinsi Riau
Kantor Pribadi Intsiawati Ayus

Internet :

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

<https://www.journalism.org/2008/09/15/mccain-vs-obama-on-the-web/>

https://dpd.go.id/anggota/intsiawatiayus?fb_comment_id=786612974756495_1600364133381371

<https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>