

Virtual Public Space as a Medium for Conveying Aspirations and Criticism by the People of Surakarta City (Qualitative Study on Twitter Account @gibran_tweet)

Arlisa Ratnastuti^{1*}, Mahendra Wijaya², Prahastiwi Utari³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret

Corresponding Author: Arlisa Ratnastuti arlisaratna@sudent.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Social Media, Twitter, Virtual Public Space, Communication, New Media

Received : 2 May

Revised : 18 May

Accepted: 19 June

©2023 Ratnastuti, Wijaya, Utari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research will look at how people utilize social media as a virtual public space in communicating with the Government, including in terms of conveying aspirations and criticisms. This phenomenon is also seen from the utilization of social media by the people of Surakarta City to convey aspirations and criticisms related to Surakarta City to the Mayor of Surakarta, Gibran Rakabuming Raka through the Twitter social media platform @gibran_tweet. This research uses descriptive qualitative research methods to examine the problem under study. The data used is contextual data seen through the Twitter account @gibran_tweet, while other secondary data is obtained from literature studies and documentation related to the problems studied. The conclusion obtained is that Twitter as a virtual public space is considered effective in conveying aspirations and criticism by the community

Ruang Publik Virtual sebagai Wadah Penyampaian Aspirasi dan Kritik oleh Masyarakat Kota Surakarta (Studi Kualitatif pada Akun Twitter @gibran_tweet)

Arlisa Ratnastuti^{1*}, Mahendra Wijaya², Prahastiwi Utari³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret

Corresponding Author: Arlisa Ratnastuti arlisaratna@sudent.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Media Sosial, Twitter, Ruang Publik Virtual, Komunikasi, Media Baru

Received : 2 May

Revised : 18 May

Accepted: 19 June

©2023 Ratnastuti, Wijaya, Utari : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini akan melihat bagaimana masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai sebuah ruang publik virtual dalam berkomunikasi dengan Pemerintah termasuk dalam hal penyampaian aspirasi dan kritik. Fenomena tersebut juga terlihat dari pemanfaatan media sosial oleh masyarakat Kota Surakarta untuk menyampaikan aspirasi dan kritik terkait Kota Surakarta kepada Walikota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka melalui platform media sosial Twitter @gibran_tweet. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk mengkaji permasalahan yang diteliti. Adapun data yang digunakan adalah data tekstual yang terlihat melalui akun twitter @gibran_tweet, sedangkan data sekunder lainnya diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi yang terkait dengan permasalahan yang dikaji. Kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa Twitter sebagai sebuah ruang publik virtual dinilai efektif dalam penyampaian aspirasi dan kritik oleh masyarakat

PENDAHULUAN

Komunikasi menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu yang memiliki peran besar dalam aspek komunikasi dalam kehidupan manusia adalah hadirnya media sosial sebagai penyampaian informasi. Berdasarkan data dari *We Are Social*, pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022 mengalami kenaikan 12,6 % dari tahun sebelumnya yakni mencapai angka 191,4 juta pengguna (Kemp, 2022).

Pada era digital seperti sekarang ini, pilihan sarana atau media berkomunikasi menjadi lebih luas tanpa adanya batasan ruang dan waktu (Indrawan & Ilmar, 2020). Munculnya media digital tersebut juga mendorong adanya perubahan proses berkomunikasi yang ada di tengah masyarakat. Salah satu hal yang membedakan media sosial dengan media tradisional adalah tersedianya kolom interaksi sehingga masyarakat memiliki lebih banyak kesempatan untuk menyampaikan pesan dan informasi.

Karakteristik media sosial tersebut kemudian dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai ruang penyampaian aspirasi dan kritik oleh masyarakat terhadap Pemerintah. Di Indonesia, individu memiliki hak terhadap kebebasan bersuara sebagaimana Indonesia merupakan negara Demokrasi. Demokrasi dan kebebasan berpendapat jadi hal yang tidak bisa dipisahkan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Watkins dan Stratenus yakni melalui sebuah istilah "*Crowdocacry*",

Crowdocacry is a linguistic blend of crowd and democracy, it builds on the philosophy of direct democracy and many recent experiment such as citizen assemblies and crowdsourcing legislation as well as many other emergent decision-making models that seek to put power directly in the hands of people (Alan Watkins & Iman Stratenus, 2016).

Berdasarkan pernyataan tersebut terlihat bagaimana di negara demokrasi ini, masyarakat bebas mengemukakan pendapat dan hal tersebut menjadi bagian dari demokrasi itu sendiri. Oleh karena itu, masyarakat berbondong-bondong menyuarkan aspirasi dan pesan mereka terkait penyelenggaraan pemerintahan melalui berbagai kanal media sosial.

Efektivitas penggunaan media sosial sebagai penyalur aspirasi rakyat baru-baru ini terbukti adanya dengan kasus "*Bima dan Jalan Kota Lampung*". Bima memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan kritikan terhadap pemerintah Lampung dan kemudian banyak masyarakat yang memiliki kritikan serupa juga ikut menyuarkan kritikan mereka, sehingga konten terkait menjadi isu viral yang membuat Pemerintah khususnya Pemerintah Lampung melakukan tindak lanjut terhadap kritikan tersebut.

Fenomena tersebut menunjukkan bagaimana media digital dalam hal ini media sosial menjadi sebuah ruang publik virtual (*virtual sphere*) berhasil membantu masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan kritik. Media sosial juga dinilai memberikan dampak positif sebagai sebuah ruang publik (Nasution, 2020). Konsep ruang publik virtual ini berangkat dari konsep ruang publik yang dipopulerkan oleh Jurgen Habermas. Dalam tulisannya di tahun 1989 berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of*

Bourgeois Society, konsep ruang publik merupakan ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu.

Ruang publik virtual juga semakin banyak digemari oleh kalangan Masyarakat dikarenakan hal-hal menarik yang bisa didapatkan, yakni: (a) Identitas actor atau pengguna tersembunyi. (b) penyebaran informasi terjadi secara pesat dan cepat serta menjangkau khlayak luas tanpa batasruang dan waktu. (c) Masyarakat diarahkan untuk dapat mengembangkan hidupnya melalui jejaring sosial yang kemudian juga disebut dengan *the network society* (Kartika Sari & Siahainenia, 2015).

Lebih lanjut, hadirnya internet ini menghadirkan istilah baru yang disebut dengan *cyberspace* (Ruang siber). Menurut Jones, di dalam ruang siber tersebut kemudian tersedia apa yang disebut dengan "*new public space*" atau ruang publik baru (Steven G. Jones, 1997). Ruang siber menyediakan fasilitas bagi individu dalam hal ini penggunaannya untuk menemukan cara baru berinteraksi baik dalam aspek ekonomi, politik, hingga sosial (Camp & Chien, 2000). Hal tersebut juga sejalan dengan konsep bagaimana media sosial sebagai media komunikasi online, mendukung hadirnya interaksi sosial (Budiyono, 2016).

Berbicara tentang media sosial sebagai ruang komunikasi yang baru, Kaplan dan Haenlein (2010) mengemukakan ada 6 jenis media sosial, yakni: (a) *Collaboration Project* (Projek Kolaborasi), sebuah situs atau halaman yang memungkinkan serta mengizinkan penggunaannya untuk dapat mengubah, menambah, dan juga mengurangi konten yang sudah ada di situs tersebut seperti situs Wikipedia. (b) *Blog atau Microblog*, situs yang digunakan untuk dokumentasi catatan pribadi berupa wacana atau pemikiran penulis. (c) *Content Share*, sebuah situs berbagi yang berisi konten berupa gambar, video, dan teks. (d) *Social Networks*, situs aplikasi dimana para pengguna bertemu dan saling terhubung, contohnya adalah Instagram dan Twitter. (e) *Virtual Game World*, situs dunia digital yang menggambarkan dunia 3 dimensi dalam bentuk avatar dan para penggunaannya bisa berinteraksi satu sama lain seperti PUBG. (f) *Virtual Social World*, seperti *virtual game world*, situs ini mereplikasi kehidupan dunia nyata di dunia virtual dimana para penggunaannya bisa berinteraksi layaknya kehidupan nyata.

Salah satu media social yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah Twitter. Menurut data dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, pengguna Twitter di Indonesia menempati peringkat kelima (5) tertinggi di dunia dengan jumlah mencapai 24.000.000 pengguna. Dari hal tersebut, twitter menjadi salah satu media social yang dipilih masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Twitter berkembang menjadi sebuah alat yang berguna untuk menguji sentimen Masyarakat dan menjadi alat yang ampuh untuk berkomunikasi dengan uadiens yang luas dalam waktu yang singkat (Sinnenberg et al., 2017).

Sebagai sebuah ruang public virtual, twitter dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Surakarta dan Walikota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka untuk dapat berinteraksi termasuk bagaimana masyarakat menuliskan aspirasi dan kritik mereka terhadap isu atau topik terkait Kota Surakarta.

Akun twitter Walikota Surakarta memiliki pengikut sebesar 910.800 pengikut. Gibran Rakabuming Raka juga cukup aktif dalam menggunakan akun twitter. Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk melihat bagaimana Twitter menjadi sebuah ruang public virtual bagi Masyarakat Kota Surakarta dalam menyuarkan aspirasi dan kritik mereka kepada Walikota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Media Baru

Penelitian ini akan menggunakan teori media baru (*New media theory*). Menurut Terry Flew, *new media* diartikan sebagai "*forms of media contents that combine and integrate data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks*". Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa *new media* ditekankan pada format isi media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam platform digital (Yunus Ahmad Syaibani, 2011).

Selain itu media baru juga diartikan sebagai media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, yang bersifat fleksibel dan berpotensi interaktif yang bisa digunakan baik secara privat maupun secara publik (Mondry 2008:13).

Menurut Martin Lister (2009), media baru atau *new* memiliki beberapa karakteristik merujuk pada kata "*new*", sebagai berikut : (a) Bentuk pengalaman baru dari *text*, hiburan, kesenangan, dan pola penggunaan media. (b) Cara baru dalam mempresentasikan dunia. (c) Bentuk hubungan baru antara pengguna dengan konsumen dengan teknologi media. (d) Bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi dalam waktu, tempat, dan ruang. (e) Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dan teknologi media. (f) Pola baru dalam organisasi dan produksi, serta integrasi dalam media yaitu budaya, industri ekonomi, akses informasi, kepemilikan, kontrol, dan undang-undang. Bukan hanya media yang beralih dari *old* media menuju *new* media tetapi karakteristik audiensnya juga turut bergeser.

Berikut adalah 6 karakteristik audiens dalam *new* media : (a) Interaktif, media baru dinilai lebih interaktif jika dibandingkan dengan media massa konvensional. (b) Hipertekstual, (c) Jaringan, di dalam media baru internet terdapat berbagai macam jaringan yang ditujukan untuk mempermudah orang dalam menemukan dan menggunakan internet untuk mencari informasi. (d) Dunia maya, bersifat maya menyebabkan identitas komunikator maupun komunikan terkadang menjadi tidak jelas dan tidak bisa dipercaya (e) Simulasi, media baru tentu memiliki ataupun masih menggunakan beberapa hal dari media massa lama yang masih dapat di masukan kedalam media baru. (f) Digital, dalam media baru yang juga berada dalam dunia digital semua hal akan diproses menggunakan mesin yang digerakan oleh sistem informasi yang menggunakan kode atau nomor yang dibuat oleh manusia (Martin Lister et al., 2009).

Ruang Publik Virtual

Jurgen Habermas pertama kali memperkenalkan istilah “ruang publik (*public sphere*)” pada tahun 1962 dengan menggunakan Bahasa Jerman yang kemudian ditulis menggunakan Bahasa Inggris pada tahun 1989. Melalui tulisan Habermas tersebut, dapat ditarik pemahaman bahwa ruang publik merupakan ruang yang menyediakan dan melibatkan publik yang lebih luas dalam membahas realitas yang ada (Rulli Nasrullah, 2012).

Habermas juga berpendapat bahwa ada 3 kriteria dasar dalam memahami ruang publik, yakni: (a) Mengesampingkan status atau kelas, yang artinya setiap individu memiliki kesempatan yang sama dalam membahas realitas. (b) “Problematisasi” masalah yang belum dibahas sebelumnya: Komersialisasi produk budaya melawan kapitalisme yang memudahkan individu untuk memiliki akses terhadap produk budaya dan memfasilitasi diskusi tentang karya-karya tersebut. (c) Ruang publik dapat diakses oleh orang luar dan sangat penting untuk setiap orang dapat berpartisipasi dalam diskusi masalah sosial.

Menurut Jones (2018), hadirnya media baru dan media sosial, mendorong lahirnya ruang publik baru yang ada disediakan oleh *cyberspace* atau ruang siber. Ruang siber di internet inilah yang menghadirkan ruang baru bagi publik untuk berinteraksi dengan cara yang baru dalam berbagai aspek mulai dari ekonomi, politik, sosial, dan lainnya (Camp & Chien, 2000).

Istilah *virtual public space* tergambar pada pemanfaatan fasilitas jejaring sosial seperti Instagram dan Twitter dimana tempat tersebut menjadi media pengguna untuk dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi (Barr, 2000).

Twitter

Twitter merupakan salah satu platform media sosial yang pada awalnya digunakan untuk menjawab pertanyaan “*What are you doing?*”, namun Sebagian orang juga turut membagikan kegiatan mereka, berbagi berita baru, dan saling menjawab pertanyaan antara satu pengguna dengan pengguna lainnya (Dan Zarella, 2011). Twitter memiliki beberapa istilah dan fitur. Istilah “*tweet*” atau “*cuitan*” merujuk pada tulisan yang di posting pada akun twitter pengguna. Istilah lainnya adalah “*Retweet*” yakni Tindakan meneruskan sebuah *tweet*, sehingga para pengikut atau pengguna lain dapat melihat *tweet* tersebut.

METODOLOGI

Dalam melakukan kajian terhadap penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri diartikan sebagai sebuah metode yang digunakan untuk memberikan gambaran dan/ atau pemahaman tentang bagaimana dan mengapa suatu fenomena atau realitas komunikasi itu muncul (Pawito, 2007). Selain itu, menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (Lexi J Moleong, 2004), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata baik secara lisan maupun secara tertulis dari orang-orang atau perilaku yang bisa diamati.

Penelitian ini akan melihat bagaimana twitter sebagai ruang public virtual yang menjadi wadah masyarakat menyuarakan aspirasi serta kritik terhadap isu di Kota Surakarta serta bagaimana interaksi yang dibangun oleh masyarakat dan Walikota Surakarta melalui akun twitter @gibran_tweet. Adapun untuk

mengetahui permasalahan tersebut, peneliti akan menggunakan Teknik analisis tekstual. Analisis tekstual adalah sebuah metodologi dalam penelitian studi-studi media dan budaya yang digunakan untuk menganalisis teks yang di dalamnya memiliki makna-makna. Adapun data yang akan digunakan adalah *tweet*/cuitan pengguna dan Gibran Rakabuming Raka yang terlihat melalui akun twitter @gibran_tweet serta data sekunder lainnya berupa sumber-sumber tertulis yang terkait dengan topik penelitian dan dokumentasi terkait

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Twitter sebagai Media Penyampaian Aspirasi dan Kritikan oleh Masyarakat Kota Surakarta

Melihat data cuitan yang ada melalui akun Walikota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka terlihat bahwa pengguna twitter menuliskan cuitan berisikan aspirasi, kritikan, maupun keluhan terkait isu-isu di Kota Solo mulai dari isu ringan dan personal hingga isu public seperti penataan parkir dan perbaikan fasilitas di Kota Solo.

Peneliti mengambil contoh cuitan/*tweet* Masyarakat yang berisi aspirasi, kritikan, dan keluhan terhadap isu Kota Surakarta. *Tweet* oleh akun @EdwinKlok pada tanggal 21 Mei 2023.



Gambar 1. Tweet Akun @EdwinKlok1
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Cuitan tersebut mencoba menanyakan kepada Walikota Surakarta dan memberikan saran terkait dekorasi Halte Bus yang ada di Kota Solo.



Gambar 2. Tweet Akun @YuliantoDhony
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Tweet lainnya datang dari Dhony Yulianto dengan akun twitter @Yuliantodhony pada tanggal 22 Mei 2023 yang menyampaikan aspirasinya terhadap Pemerintahan Kota Solo ditangan Gibran. Hal ini juga menjadi temuan bahwa bukan hanya aspirasi terkait Kota Solo tetapi bagaimana pendapat Masyarakat terkait Pemerintahan Kota Surakarta sendiri juga turut tersuarakan melalui cuitan di Twitter.



Gambar 3. Tweet Akun @kemananamaku
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Cuitan lainnya datang dari akun twitter @kemananamaku pada tanggal 22 Mei 2023 yang memberikan aspirasi terkait Stadion Manahan di Kota Surakarta. Hal ini menandakan bahwa Masyarakat atau pengguna twitter juga turut menyampaikan pendapat mereka terkait pengolahan fasilitas publik yang ada di Kota Solo.



Gambar 4 Tweet Akun @UNSFess_
Sumber: Dokumentasi Peneliti

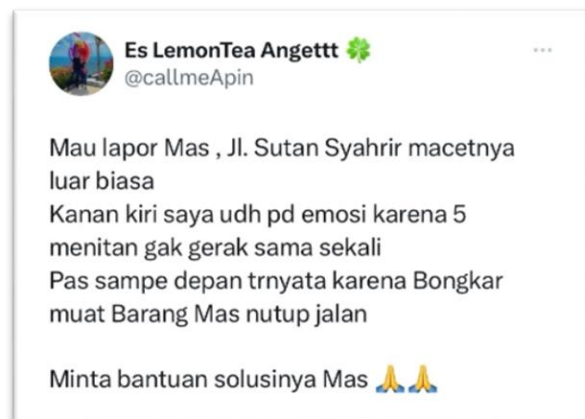
Dalam cuitan @UNSFess tersebut juga tergambar bagaimana pengguna secara anonim memberikan kritikan terhadap penanganan kasus pencurian di area Kota Surakarta. Akun @UNSFess sendiri merupakan sebuah akun yang memungkinkan pengguna untuk menuliskan cuitan/*tweet* mereka tanpa perlu menggunakan akun utama mereka atau dengan kata lain semua cuitan di akun tersebut dikirim oleh pengguna tanpa perlu diketahui identitasnya. Hal tersebut menggambarkan bagaimana media sosial yang memiliki karakteristik dunia maya, dimana identitas komunikator maupun komunikasi bisa saja tidak jelas.



Gambar 5. Tweet Akun @starklingblue
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Pada cuitan di twitter tersebut, pengguna dengan akun @starklingblue pada tanggal 25 April 2023 menuliskan aspirasinya terkait pengadaan persputakaan kota dan koleksi buku. Hal ini membuktikan bahwa media sosial Twitter digunakan sebagai wadah penyampaian aspirasi masyarakat terkait fasilitas publik yang ada di Kota Surakarta.

Selain contoh *tweet*/cuitan pengguna tersebut, peneliti juga menemukan tiga topik *tweet* yang banyak ditemui dan mendapatkan tindak lanjut dari Walikota Surakarta dan Dinas terkait, yakni terkait penataan dan kerusakan jalan, penataan parker, serta usulan operasional Stadion Manahan. Berdasarkan beberapa cuitan tersebut dapat dilihat bagaimana media sosial khususnya Twitter menjadi salah satu media yang dipilih untuk dapat mengutarakan aspirasi, kritikan, hingga keluhan terhadap isu-isu terkait Kota Surakarta.



Gambar 6. Tweet Akun @callmeApin
Sumber: Dokumentasi Peneliti



Gambar 7. Tweet Akun @HooHooTan
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Kedua *tweet* tersebut masing-masing dari pengguna @callmeApin yang dituliskan pada tanggal 17 April 2023 dan @HooHooTan yang dituliskan pada tanggal 27 April 2023, menampilkan kritikan dan keluhan terkait kondisi jalan di Kota Surakarta khususnya pada masalah pengaturan lalu lintas di Kota Surakarta. Kedua *tweet* tersebut kemudian mendapatkan tindak lanjut dari Walikota Surakarta seperti terlihat dalam tangkapan layar berikut:



Gambar 8. Tweet Balasan Akun @gibran_tweet kepada @callmeApin
Sumber: Dokumentasi Peneliti



Gambar 9. Tweet Balasan Akun @gibran_tweet kepada @HooHooTan
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Kedua cuitan tersebut mendapatkan balasan dari Walikota Surakarta berupa tindak lanjut pengecekan lokasi yang disebutkan oleh kedua pengguna.



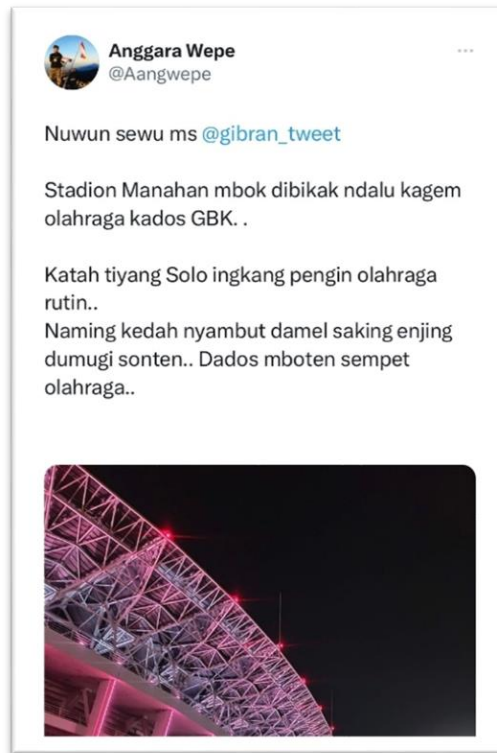
Gambar 10. Tweet Akun @gibran_tweet
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada gambar 10 terlihat akun pengguna @adisisel menuliskan cuitan/*tweet* pada tanggal 15 Mei 2023 tentang laporan juru parkir di Kota Surakarta. Kritikan tersebut kemudian mendapatkan balasan dari Walikota Surakarta disertai dengan menyebutkan akun twitter dari dinas Kota Surakarta terkait yakni Dinas Perhubungan Kota Surakarta.



Gambar 11. Tweet Akun @gibran_tweet
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selanjutnya, peneliti juga menampilkan contoh *tweet* yang memberikan aspirasi terkait penataan parker di Kota Surakarta seperti pada Gambar 11 Pengguna dengan akun @KartikooNugroho menuliskan cuitannya pada tanggal 3 Mei 2023 dan mendapatkan tindak lanjut berupa balasan dari Walikota Surakarta. Hal tersebut menjadi gambaran pemanfaatan Twitter sebagai wadah penyampaian aspirasi terhadap Pemerintah Kota Surakarta dan peran aktif Masyarakat untuk turut memberikan solusi terhadap isu penataan parkir di Kota Surakarta.



Gambar 12. Tweet Akun @Aangwepe
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada Gambar 12, terlihat akun pengguna @Aangwepe yang menuliskan *tweet* terkait aspirasinya. Aspirasi tersebut tentang fasilitas publik di Kota Surakarta yakni Stadion Manahan, dimana Aggara Wepe memberikan saran jam operasional Stadion Manahan untuk Masyarakat Umum dapat berolahraga hingga malam hari, khususnya bagi Masyarakat yang siang hingga sore bekerja sehingga tidak sempat untuk berolahraga.

Topik ini kemudian mendapatkan tindak lanjut dari Walikota Surakarta. Gibran Rakabuming Raka pada tanggal 1 Mei 2023 membalaskan "Ide bagus". Tidak jauh dari tanggal tersebut yakni mulai tanggal 15 Mei 2023, Stadion Manahan dibuka untuk Masyarakat hingga malam hari.

Dari hasil penelitian dan data beberapa cuitan/*tweet* tersebut, terlihat bagaimana Twitter menjadi salah satu platform yang digunakan untuk menyuarakan aspirasi, kritikan, hingga keluhan terhadap isu-isu di Kota Surakarta.

Twitter sebagai Ruang Publik Virtual

Melihat dari beberapa cuitan/*tweet* tersebut dan bagaimana pemanfaatan twitter bagi penggunanya, peneliti juga menemukan bahwa twitter merupakan ruang publik virtual. Interaksi yang ada twitter bisa dilihat dari beberapa indikator, yakni *retweet* (RT), likes atau suka, komentar.

Retweet merupakan tindakan meneruskan suatu *tweet*, sehingga jika makin banyak jumlah *Retweet* yang diterima dalam sebuah *tweet* atau cuitan, maka tulisan tersebut disebarkan ke beberapa jumlah pengguna. Pada *tweet* yang

berkaitan dengan Kota Surakarta yang dilihat melalui akun Walikota Surakarta mendapat banyak interaksi berupa balasan komentar, likes/suka, dan retweet.

Pada tweet yang terlihat dari Gambar 12, hadirnya twitter sebagai sebuah ruang publik virtual terbukti dengan percakapan dan interaksi diperoleh tweet tersebut. Dengan jumlah jangkauan/ views dari tweet tersebut mencapai 1.000.000 tayangan, jumlah retweet menjangapi 44, jumlah suka mencapai angka 413. Selain itu, pengguna lain juga menuliskan pendapat mereka terhait tweet tersebut.

Beberapa pengguna menyuarakan aspirasi yang bertolak belakang, namun tidak sedikit juga yang menyetujui pendapat pengguna akun @Aangwepe. Aktivitas tersebut menggambarkan arti sebuah ruang publik virtual dimana menjadi media pengguna untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi.

Selain itu, fenomena twitter sebagai ruang publik virtual juga tergambar dari interaksi yang didapatkan Walikota Surakarta ketika mengunggah tulisan atau tweet terkait kebijakan parkir di Masjid Raya Sheikh Zayed.



Gambar 13. Tweet Akun @gibrantweet Terkait Kebijakan Parkir
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada Gambar 13 terlihat interaksi yang diperoleh dari tweet tersebut yakni dengan jumlah retweet 1.992, jumlah quotes (melakukan retweet dengan menambahkan komentar) sebanyak 163, dan jumlah suka sebanyak 22.100. Selain itu, banyak pengguna yang menanggapi tweet tersebut dengan meninggalkan tweet balasan. Seperti pada data gambar 14, pengguna yang meninggalkan tweet balasan juga melakukan aktivitas saling menanggapi yang

mana berarti adanya interaksi antar pengguna yang membahas topik terkait kebijakan penataan parkir di Masjid Raya Sheikh Zayed Kota Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, terlihat bahwa twitter sebagai sebuah ruang publik mengizinkan publik untuk bebas diakses oleh orang luar dan setiap orang dapat berpartisipasi dalam diskusi masalah sosial termasuk dalam hal ini isu terkait Kota Surakarta.



Gambar 14. Tweet Balasan dari Tweet @gibran_tweet Terkait Kebijakan Parkir
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Efektivitas Twitter Sebagai Ruang Penyampaian Aspirasi

Suara masyarakat melalui media sosial cenderung lebih mudah untuk mendapatkan tindak lanjut dan atensi baik dari Pemerintah Kota Surakarta maupun dari Masyarakat luas. Hal tersebut terlihat melalui bagaimana Walikota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka memberikan tindak lanjut terhadap cuitan pengguna terkait isu-isu di Kota Surakarta.

Karakteristik media baru yang mana membagikan sebuah pesan secara lebih cepat tanpa ada batasan waktu dan tempat ini juga menjadi salah satu keunggulan media sosial sebagai sebuah wadah penyampaian aspirasi atau pesan. Seperti pada contoh topik aspirasi terkait jam operasional Stadion Manahan seperti pada gambar 1.12 yang mendapat tindak lanjut dari Pemerintah Kota Surakarta berupa kebijakan pembukaan Stadion Manahan untuk publik hingga pukul 21.00 WIB.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Masyarakat dengan aktif menuliskan aspirasi, kritikan, hingga keluhan mereka terkait isu-isu di Kota Surakarta melalui media sosial Twitter. Karakteristik audiens di media baru juga menunjukkan bagaimana identitas komunikator bisa saja tidak terlihat juga tercermin dari penggunaan nama akun serta adanya akun @UNSMenfess yang juga turut menuliskan kritikan terhadap Pemerintah Kota Surakarta.

Adanya interaksi dan bagaimana twitter digunakan oleh pengguna untuk saling berkomunikasi juga menunjukkan fungsi Twitter sebagai salah satu ruang publik virtual yang digunakan oleh Masyarakat dalam hal ini Masyarakat Kota Surakarta untuk membahas dan berdiskusi terkait topik-topik Kota Surakarta.

Hal ini menunjukkan bahwa di era digital seperti saat ini, Masyarakat memiliki banyak pilihan *channel* untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Twitter menjadi wadah atau ruang yang tepat untuk Masyarakat menyuarakan aspirasi dan kritikan terkait isu-isu tertentu seperti aspek sosial, politik, hingga ekonomi.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki batasan karena hanya melihat data secara tekstual berupa cuitan/*tweet* yang dilihat melalui akun twitter @gibran_tweet. Penelitian lanjutan dapat dilihat bukan hanya pada level pesan atau berdasarkan analisa terhadap data tekstual saja namun juga pada tingkat pengguna yakni komunikator dan komunikan yang terlibat dalam ruang publik virtual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan penulis kepada rekan-rekan akademisi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan Watkins, & Iman Stratenus. (2016). *Crowdocracy; The End of Politics* . Urbane Publications.
- Barr, T. (2000). The Telecommunication Process. *Media International Australia* , 96(1), 103–108.
- Budiyono. (2016). Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47–62.
- Camp, J., & Chien, Y. T. (2000). The Internet as Public Space: Concepts, Issues, and Implications in Public Policy. *ACM SIGCAS Computers and Society*, 30(3), 13–19.

- Dan Zarella. (2011). *The Social Media Marketing Book*. Serambi Ilmu Semesta.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 8(1).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kartika Sari, D., & Siahainenia, R. R. (2015). Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(No.1).
- Kemp, S. (2022). *DIGITAL 2022 Indonesia: The Essential Guide to The Latest Connected Behaviors*. <https://wearesocial.com/cn/wp-content/uploads/sites/8/2022/01/DataReportal-GDR002-20220126-Digital-2022-Global-Overview-Report-Essentials-v02.pdf>
- Lexi J Moleong. (2004). *Metodelogi Penelitian*. Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, & Kieran Kelly. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- Nasution, L. (2020). Hak Kebebasan Berpendapat dan Berekspresi dalam Ruang Publik di Era Digital. *'ADALAH*, 4(3).
<https://doi.org/10.15408/adalah.v4i3.16200>
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. PT. LKis Pelangi Aksara.
- Rulli Nasrullah. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi Atas Teori Ruang Publik Habermas. *Komunikator*, 4(01).
- Sinnenberg, L., Buttenheim, A. M., Padrez, K., Mancheno, C., Ungar, L., & Merchant, R. M. (2017). Twitter as a tool for health research: A systematic review. In *American Journal of Public Health* (Vol. 107, Issue 1, pp. e1–e8). American Public Health Association Inc.
<https://doi.org/10.2105/AJPH.2016.303512>

Ratnastuti, Wijaya, Utari

Steven G. Jones. (1997). *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. Sage.

Yunus Ahmad Syaibani. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Lindu Pustaka.