

SELEBRITI POLITIK LOKAL DAN PENGUASAAN WACANA DALAM MEDIA BARU (Analisis Wacana pada Posting Akun *Twitter* Walikota Bandung @ridwankamil)

Oleh:

1) Kharisma Nasionalita, S.Sos, MA

Universitas Telkom, Bandung

k_nasionalita@yahoo.co.id

2) Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom, M.I.Kom

Universitas Telkom, Bandung

ruthmeimalau@gmail.com

Abstrak

*Kehadiran internet memunculkan ruang baru bagi aktor politik untuk berekspresi di media baru. Ceruk mikroblog seperti *Twitter* memberikan ruang kebebasan bagi aktor-aktor politik dalam media baru untuk menerima respon serta partisipasi aktif dari netizen (masyarakat). Dewasa ini, dalam kancah politik nasional yang diwarnai dengan kegagalan demokrasi yang cenderung mengedepankan oligarki partai, muncul sejumlah tokoh daerah yang merupakan elit birokrasi yang relatif dinilai lebih oleh masyarakat akibat ketenaran sang tokoh di lini masa.*

*Ridwan Kamil, Walikota Bandung, merupakan salah satu tokoh daerah dari elit birokrasi yang mensosialisasikan kebijakan politik melalui akun media sosial @ridwankamil. Sang tokoh ini menuai ketenaran dan menjadi salah satu selebriti politik lokal yang banyak direspon oleh masyarakat di ranah *Twitter*. Pada titik tertentu, *Twitter* difungsikan sebagai pipeline selebritas politik lokal untuk menguasai ruang publik dan mempengaruhi opini publik yang berujung pada penguasaan wacana politik.*

*Penelitian ini ditujukan untuk melihat sejauh mana diskursus ideologi politik yang disampaikan oleh para selebriti politik lokal dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Diskursus ideologis ini hadir dalam praktik wacana melalui teks (postingan *twitter*) yang kelak akan diterapkan dalam konteks sosial budaya masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis (CDA), penelitian ini diharapkan dapat membongkar diskursus politik yang muncul dalam interaksi politik yang melekat dalam postingan akun @ridwankamil.*

Kata Kunci: *Selebriti Politik, Politik Lokal, Wacana, Ideologi Politik*

I. LATAR BELAKANG

Sentralisasi kekuasaan di masa Orde Baru mengukuhkan kuasa kelompok dominan oleh elite-elite di tingkat nasional dan mencegah tumbuhnya warna politik lokal. Orde Baru pun meredupkan pamor politik sejumlah tokoh-tokoh daerah sehingga superioritas ada pada politisi di pusat. Besarnya intervensi pusat terhadap politik daerah ini sempat mematikan demokrasi

lokal. Setelah reformasi bergulir, keran politik itu pun terbuka. Kekuasaan politik yang sentralistik diurai, kekuasaan didesentralisasikan sehingga demokrasi lokal bergairah lagi. Gelora euforianya terjadi saat Pemilihan Langsung Kepala Daerah (Pilkada). Rakyat berharap aspirasi mereka lebih tersampaikan, karena keran komunikasi politiknya tidak dibatasi.

Namun hal itu tidak bertahan lama, Persoalan kemudian muncul ketika gairah demokrasi lokal ini terganggu oleh maraknya politik transaksional, korupsi dan hasrat politik (*political interest*) sesaat. Di beberapa daerah bahkan politik daerahnya dikuasai oleh dinasti politik yang mengakar kuat. Kebijakan tidak lagi berpihak pada kepentingan rakyat, namun merupakan wujud penghambaan terhadap oligarki partai yang mengakar kuat. Oligarki partai politik yang kuat juga mengakar di ranah politik nasional. Parlemen dikuasai partai politik. Kebijakan dikendalikan oleh sejumlah partai politik.

Masyarakat jengah melihat elit-elit politik *menghamba* dan terlibat dalam pemenuhan hasrat partai politik dari partai-partai politik. Hal ini menyebabkan partisipasi politik baik di helatan pemilihan umum tingkat lokal dan nasional menurun. Misalnya, MAARIF Institute menilai Pemilu 9 April 2014 paling bermasalah sepanjang pasca reformasi. Lantaran banyak sekali pelanggaran pemilu seperti serangan fajar atau politik transaksional, kanibalisasi antar calon legislatif dalam satu partai. Ironisnya angka golput pun kian meningkat menjadi 34,02 persen (Sumber:<http://www.indopos.co.id/2014/05/pemilu-2014-golput-meningkat.html>).

Di tengah kejenuhan masyarakat atas kondisi elit baik di tingkat nasional dan daerah yang cemar akan kepentingan, muncul sejumlah tokoh daerah yang merupakan elit birokrasi yang relatif dinilai kharismatik dan bertindak berbeda dibanding elit birokrasi lainnya yang cenderung menghamba pada oligarki partai. Mereka pun muncul sebagai selebriti politik yang banyak dibicarakan sejak terjangnya atau kinerjanya di media massa ataupun online.

Diantara elite birokrasi daerah di Indonesia, salah satunya adalah Walikota Bandung Ridwan Kamil. Politisi daerah ini bersinar dalam geliat demokrasi lokal. Sosok Ridwan Kamil yang kharismatik tenar karena dinilai mampu berkomunikasi dengan rakyat dan cepat tanggap.

Ketenarannya makin bersinar karena aktivitas komunikasinya melalui lini massa microblog Twitter. Jumlah *followers* mencapai 877.944 (pada tanggal 11 November 2014 Pukul 22.27 WIB) Dalam cuitannya, Ridwan Kamil membahas banyak hal dari keseharian, kebijakan, sampai mempersilahkan warganya berpartisipasi dalam sebuah wacana.

Gambar 1. Tampilan Twitter Ridwan Kamil



(sumber: <https://twitter.com/ridwankamil>)

Kehadiran internet memunculkan ruang baru bagi aktor politik untuk berekspresi di media baru. Twitter, merupakan ceruk mikroblog yang memberikan ruang kebebasan bagi aktor-aktor politik dalam media baru untuk menerima respon serta partisipasi aktif dari *netizen* (masyarakat). Pemanfaatan twitter untuk interaksi politik bukanlah sebuah hal yang baru dalam dunia politik, seperti yang diperlihatkan dalam table berikut ini.

Tabel 1. Pemanfaatan Twitter oleh Elit Politik

Pemilik Akun	Akun Twitter	Jumlah Followers
Presiden AS, Barrack Obama	@BarackObama	49.534.776
PM India Narendra Modi	@narendramodi	7.846.365
Paus Fransiskus I	@Pontifex_es	7.203.056
Presiden ke-6 RI, SBY	@SBYudhoyono	5.929.591
Gedung Putih AS	@WhiteHouse	5.453.182
Presiden Turki, Abdullah Gül	@cbabdullahgul	5.320.637
Presiden Brasil, Dilma Rouseff	@dilmabr	3.001.421
Presiden RI, Joko Widodo	@jokowi_do2	2.528.953
Presiden Filipina, Noyonoy Aquino	@noynoyaquino	2.292.010
PM Malaysia, M. Najib Tun Razak	@NajibRazak	2.214.403

Sumber: Diolah dari berbagai sumber (data pertengahan November 2014)

Selain para elit internasional, ruang politik lokal di Indonesia juga memperlihatkan hal yang sama. Selain Ridwan Kamil, elit politik lokal lain yang cukup aktif dan banyak diperbincangkan di Twitter, antara lain: Ahok Basuki Tprnema (@basuki_btp), Ganjar Pranowo (@ganjarpranowo), dan Bima Arya (@BimaAryaS). Hal memperlihatkan bahwa pemanfaatan Twitter sebagai ruang interaksi antar elit politik dan *netizen* telah membentuk kesadaran masyarakat untuk *aware* terhadap setiap informasi yang di-*share* para elit melalui twitternya. Jumlah *followers* akan bertambah sesuai dengan derajat kepentingan sosok elit berikut pengetahuan politik yang dikicaukannya. Hingga pada titik tertentu, Twitter akan difungsikan sebagai *pipeline* selebritas politik lokal untuk menguasai ruang publik dan mempengaruhi opini publik yang berujung pada penguasaan wacana politik.

Beranjak dari uraian di atas, penelitian ini tertarik untuk membongkar wacana (diskursus) yang hadir di dalam ruang politik di Twitter, dengan memfokuskan diri pada postingan akun Walikota Bandung, Ridwan Kamil (@ridwankamil). Interaksi yang tercipta dalam ruang diskusi @ridwankamil dan *netizen*-nya bukan sekedar interaksi tentang informasi-informasi kebijakan politik di Kota Bandung, melainkan menjadi sebuah ruang tarik menarik produksi dan reproduksi kekuasaan yang berkaitan dengan wacana politik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Selebriti Politik

Selebriti terkenal karena mereka merupakan *media personalities*. Seperti yang diungkapkan oleh Eric Louw (2005), selebriti-selebriti tersebut tenar karena media membuat mereka menjadi penting. Selebriti ini begitu menarik, unik dan memiliki *value* tersendiri di mata penggemarnya. Mereka (para selebriti) disukai oleh penggemar, sehingga segala sesuatu tentangnya termasuk apa yang dilakukan dan dipikirkan merupakan hal penting yang harus diketahui sehingga cerita tentang mereka akan menyita ruang-ruang dalam media.

Menurut Marwick (2010 : 229) gagasan tentang selebriti terutama dipengaruhi oleh media penyiaran melalui intimasi dengan selebriti yang terbagun secara buatan melalui acara *talkshow*. Hollywood bahkan menyematkan mitos selebriti dan faktor X yang dimilikinya (talenta dan kharisma). Selebriti ditentukan dari kualitas personal tetapi konsepnya berubah; awalnya selebriti menjadi fenomena luas dimana imaji, kacamata, dan drama diharapkan dalam politik, bisnis, dan bentuk ruang sosial lainnya lebih dari sekadar hiburan. Selebrifikasi, pengelolaan imaji seseorang dalam pengambilan foto, seperti dalam tabloid, novel, program *IdolaTV* menampakkan upaya konstruksi selebriti. Teknologi media sosial *online* seperti *Twitter*, *Myspace*, *Blog*, *YouTube*, hingga kini memungkinkan seseorang yang populer dan non populer untuk meningkatkan kuantitas media personal, melalui manipulasi dan distribusi konten secara luas, termasuk meraih audiens baik nyata maupun imajinasi (dalam Sadasri, 2013).

Menurut Effendi Ghazali (2008) Dalam ilmu komunikasi politik, sesungguhnya definisi selebriti politik adalah tokoh mana pun (baik politisi, artis, maupun hanya orang biasa) yang mampu menyita ruang-ruang media massa khususnya televisi dalam perbuatan atau pernyataan yang memiliki akibat politik, khususnya terhadap kebijakan publik. Pendapat Effendi Ghazali menitik beratkan pada ruang-ruang media massa., meskipun pada kenyataannya media lain bisa dipakai, seperti seperti ruang-ruang virtual di media online yang memungkinkan orang populer dan non populer untuk menyita atensi. Ruang ruang virtual itu seperti beranda rumah sendiri yang familiar, dimana audiens mampu memotong jarak dengan selebriti politik dan mengetahui idolanya secara personal. Komunikasi yang terjadi kadang kala tidak terlalu formal, berujud proses dialogis yang familiar atau berbalut humor jika selebriti politik tersebut mampu meramu pesan secara apik.

Kemudahan teknologi komunikasi pada pemanfaatannya mempermudah diseminasi informasi, termasuk konten dan meningkatkan popularitas. Pada titik tertentu, mereka (para selebriti politik) menggunakan media seperti *microblog* untuk “dekat” atau menciptakan relasi dan pada saat yang sama mendiseminasi pesan dan mengkonstruksi pemahaman dari

audiensnya. Politisi yang baik dalam membentuk dirinya sebagai selebriti memiliki kemampuan dalam menginterpelasi audiensnya melalui *fantasy relationship* yang pada akhirnya audiens akan mempercayai apa yang selebriti politik itu ungkapkan, hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Street berikut:

“Some Politicians ‘work’ their audiences better, have a more effective rapport with the ‘folks’ ... Politics, like popular culture is about creating an audience, a ‘people’ who will laugh at their jokes, understand their fears and share their hopes. Both the popular media and politicians are engaged in creating works of popular fiction which portray credible worlds that resonate with popular experiences” (Street dalam Louw, 2005:182).

Politisi selebriti yang mampu memainkan peran dan menarik audiens layaknya selebritis di dunia hiburan akan secara efektif mengumpulkan, mengorganisasikan, dan menyetir audiens. Termasuk apa yang dipikirkan oleh audiens tentang suatu wacana.

2.2 Cyber Power dan Media Baru

Media baru hadir dengan menawarkan interaktivitas yang tinggi, mencirikan sifat yang dinamis. Media baru pun memberikan peluang bagi penggunanya melakukan kontrol atas pilihan yang disajikan. Dia (Media Baru) memberikan peluang yang besar pada penggunanya untuk memilih. Media Interaktif memberi derajat pilihan bagi pengguna dalam system informasi, baik dalam akses pada sumber informasi dan kontrol atas hasil dengan menggunakan *system* itu dan membuat sejumlah pilihan bagi penggunanya (Flew, 2005: 13).

Flew mengungkapkan bahwa Internet sebagai bentuk media baru memiliki kelebihan sekaligus hambatan dalam konteks informasi. Kelebihan utamanya, Internet memberikan beragam sumber informasi dengan mendukung sumber lokal terkait informasi dengan sumber dari beragam lokalitas, dan untuk mengkomparasikan sudut pandang yang bertentangan, sedangkan hambatannya ialah ketiadaan *filter* dan *gatekeeper* sehingga memerlukan kapabilitas pengguna dalam jumlah yang progresif untuk dapat memberikan nilai dan validitas baik bagi kebutuhan informasi, namun validitas atas informasi *online* (Sadasri, 2013: 27)

Pengguna aktif pada media baru tidak lagi memerlukan intermediasi editor dan *retailer* dalam jejaring, menjadikannya lebih interaktif dan otonom (Dijk, 2006:191). Pilihan, kontrol, dan otonomi diberikan pada pengguna untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain dalam media baru. Ketiadaan *filter* atau *gatekeeper* ini memberikan ruang yang luas bagi pengguna untuk memproduksi pesan dan mengontrol sumber-sumber informasi dalam media baru. Ini menyebabkan pengguna bersifat otonom dan meningkatkan interaktivitasnya. Pengguna yang interaktif kemudian memiliki kuasa untuk berelasi dengan pengguna yang lain di media tersebut, termasuk memproduksi pesan atau mempengaruhi yang lainnya.

Kontrol dari pengguna membuat pengguna otonom dalam menentukan konten dan memanfaatkan jejaringnya dalam microblog, misalnya pada Twitter. Posisi jejaring sangat penting dalam wilayah praktik kekuasaan. Marwick menyebutkan popularitas bisa dibangun dengan *microblog* Twitter, karena media ini memiliki kemampuan untuk memfasilitasi percakapan yang berkontribusi penting pada pembangunan popularitas yang berujung pada popularitas dan bertambahnya *followers*. Follower ini merupakan jejaring yang potensial.

Menurut Hall dan Schroeder (2005), dalam media baru, jejaring merupakan konsep fundamental yang menjadi wilayah praktik kekuasaan. Jejaring merupakan *container* sumber kekuasaan, modal saluran diseminasi konten, termasuk konten yang bersifat politik. Larson dan Moe (2011) mengkaji tentang Twitter selama tahun 2010 dalam Pemilu Swedia menyatakan bahwa Twitter menjadi saluran untuk diseminasi konten politik dan tidak untuk dialog politik.

Terkait dengan kuasa dalam ruang maya di media baru, Arumpac menawarkan konsep *Cyber Power*. Konsep *cyberpower* yang memiliki dua aspek, yakni ruang individual dan sosial (Arumpac, 2006). Pada tataran individu, ruang *cyber* menjadi 'ruang bermain' sedangkan ruang cyber pun secara kolektif digunakan ruang sosial atau *social space* dimana komunitas berada, kemudian aksi kebebasan terbesar diasumsikan bahwa pengguna memiliki kontrol atas informasi dan technology. Artinya, pengelolaan konten (baik itu produksi dan distribusi konten) diserahkan sepenuhnya kepada pengguna dengan batasan yang dibuat secara individual ataupun lingkup

kolektif. Ini juga berarti bahwa ada kecenderungan ruang cyber menjadi arena bagi praktik *cyberpower* dan politik virtual, ini menandakan bahwa individual atau komunitas yang eksis adalah hanya mereka yang memiliki kontrol atas informasi dan teknologi (Arumpac, 2006:7). Dominasi dalam ruang cyber bisa digenggam bagi mereka yang memiliki kontrol atas informasi dan teknologi.

2.3 Teori Dominasi Max Weber

Max Weber mengungkapkan ada tiga tipe ideal kekuasaan atau authority, yaitu:

- a) Otoritas Tradisional, yang mengklaim legitimasi dalam basis keaslian dan kekuasaan, mengontrol yang diwarisi dari masa lampau dan masih dianggap ada atau berlaku sampai sekarang. Hal tersebut akan menciptakan hubungan pribadi secara intensif di antara atasan dan bawahan.
- b) Otoritas kharismatik. Sifatnya sangat personal memperoleh otoritasnya dari kualitas pribadi yang dibawa sejak lahir, yang mampu menimbulkan kesetiaan dari para pengikutnya. Dalam kharismatik tidak dikenal adanya aturan hierarki dan formalitas, kecuali adanya keinginan dasar akan kesetiaan pengikut terhadap pemimpin kharismatik.
- c) Otoritas legal rasional. Kebutuhan terhadap organisasi sosial yang berdasarkan stabilitas tetapi memberikan kesempatan adanya perubahan.

III. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana (*discourse analysis*). Acuan berpikir konseptual utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Selebriti Politik oleh Eric Louw. Penggunaan analisis wacana disini ditujukan untuk mengungkapkan wacana/diskursus dari "Subjek" (aktor politik) yang tersembunyi di balik teks yang berfokus pada analisis bahasa (Eriyanto, 2001:5; Hamad, 2004:34).

Penelitian ini mengkaji representasi wacana yang terdapat dalam teks media, yang dilihat dari 3 (tiga) fokus—representasi, identitas, dan relasi—seperti yang diutarakan Fairclough (1995:5). Ketiga unsur tersebut akan dikaji dalam level mikro (analisis tekstual akun @ridwankamil) yang akan digunakan untuk menjawab persoalan: (1) *bagaimana informasi politik ditampilkan oleh @ridwankamil?*, (2) *Identitas apa saja yang terbentuk dalam @ridwankamil?*, dan (3) *Relasi apa yang tercipta di antara @ridwankamil dan publiknya?*. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan linguistik, untuk melihat bagaimana tata bahasa dan pemilihan kosa kata yang dilakukan @ridwankamil ketika berinteraksi di Twitter.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit analisis dalam penelitian ini diambil dari kicauan @ridwankamil selama rentang waktu 11 September 2014 hingga 2 Oktober 2014, untuk melihat wacana politik yang ada di balik kicauan aktor mengenai isu Pilkada tidak langsung. Tweet yang dipilih sejumlah 13 tweet, yang mana empat di antaranya adalah tweet personal dari @ridwankamil dan 9 adalah retweet.

1. Tweet 11 September 2014 yang berbunyi “*scr resmi saya menyatakan MENDUKUNG pilkada langsung ol rakyat. UUD 1945 nyatakan “Kedaulatan ada di tangan rakyat”*”. Tweet ini mendapatkan respon yang tinggi dengan jumlah *retweet* 3.227 dan *favorite* 442, dan sukses menarik *followers* ke dalam proses dialogis (banyak yang *me-reply*). Akun @ridwankamil secara Eksplisit menyatakan mendukung pilkada langsung oleh rakyat, menuliskan kata “MENDUKUNG” dengan huruf kapital dengan alasan bahwa menurut UUD 1945 menyatakan kedaulatan ada di tangan rakyat. Gaya bahasa dan pilihan kata yang digunakan @ridwankamil informal dan sering menyingkat kata. Dalam tweet ini, Ridwan menampilkan diri sebagai elite birokrasi walikota yang pro dengan pemilihan langsung oleh rakyat. @ridwankamil juga menunjukkan sikap politiknya terhadap polemik RUU Pilkada secara jelas bahwa dia kontra, walaupun pemberitaan di media lainnya sebagian

mendukung. Pernyataan @ridwankamil diperkuat dengan adanya foto surat pernyataan yang diunggah bersamaan dengan status tersebut (lihat gambar 2). @ridwankamil bahkan membubuhi gambar dirinya di sebelah tanda tangan.

Gambar 2



Gambar 3



2. Tweet 13 September 2014 yang berbunyi, “di pilkada lalu, sy tdk bayar mahar ke gerindra dan pks. kampanye fokus door to door/creative campaign. pilkada langsung bisa tidak mahal” (lihat gambar 3). Tweet ini mendapatkan respon yang cukup tinggi (*retweet* 845 dan *favourite* 112), dan terjadi proses dialogis antara @ridwankamil dan publiknya. Dalam tweet tersebut dia menekankan bahwa pilkada langsung tidak memakan biaya yang mahal karena menggunakan kampanye kreatif. Ini dilakukan @ridwankamil untuk menepis bahwa pilkada langsung merupakan helatan yang menelan banyak biaya. @ridwankamil secara *implicit* menggunakan “mahar” sebagai ganti kata “politik transaksional” yang biasanya berujud “*money politics*” atau politik balas jasa. Dengan tidak adanya “Mahar” yang ditujukan pada partai pengusungnya, @ridwankamil sekaligus menampilkan diri bebas dari jerat politik transaksional dan *political interest* dari partai politik, meskipun itu partai politik pengusungnya. Sama seperti tweet sebelumnya, bahasa yang digunakan cenderung non formal dan banyak menyingkat kata.

3. Tweet 26 September 2014 yang berbunyi, "*Tahukah anda, dgn pilkada tdk langsung ini, nasib seluruh calon pemimpin2 di daerah praktisnya akan diatur oleh elit2 di Jakarta*". Tweet ini mendapatkan respon dengan jumlah retweet 5.282 dan favourite 339. Melalui tweet ini, @ridwankamil mencoba meyakinkan follower-nya bahwa pilkada tidak langsung membuat demokrasi lokal terancam dibatasi oleh pemerintah pusat. Secara implicit, @ridwankamil menyebut pemerintah pusat sebagai "Jakarta". Pemilihan kata ini juga menyiratkan bahwa @ridwankamil mengajak *followernya* memandang masalah demokrasi lokal tidak terbatas pada ruang teritorial (walaupun dia membedakan dengan kata "daerah"- mewakili politik lokal dan politik nasional diwakilkan kata "Jakarta") tapi juga representasi kekuasaan yang otonom dalam konteks demokrasi lokal.

Selain ketiga tweet di atas, @ridwankamil juga melakukan praktik wacana melalui interaksi dialogis dengan publik berkenaan tentang isu-isu pilkada. Terdapat minimal 9 retweet yang dilakukan Ridwan ketika berinteraksi, kebanyakan mempersoalkan sang aktor politik yang memposisikan diri dalam posisi kontra sehingga banyak yang mengkhawatirkan bahwa Ridwan Kamil cenderung melupakan tanggung jawabnya sebagai politisi lokal karena terlalu asik bercengkrama dengan isu-isu nasional (baca: RUU Pilkada).

Dalam salah satu dialognya dengan @nonzkumala, yang berbeda pendapat dengan @ridwankamil mengenai RUU Pilkada, @ridwankamil menanggapi dengan gaya bahasa yang santai dan non formal : "*gak apa2 bu. dlm urusan duniawi beda pendapat biasa*" (tweet ini di-retweet sebanyak 52 dan favourite 11). Bagi @ridwankamil, sudah menjadi sifat keduniawian manusia untuk berbeda pendapat. Dalam hal ini, aktor politik menampilkan diri sebagai personal yang tidak menanggapi perbedaan pendapat sebagai sesuatu yang serius, namun tetap menunjukkan konsistensinya. @ridwankamil juga tampil sebagai pribadi yang tidak mudah terpancing emosi.

Dialog lainnya—masih memperlihatkan kontra—mengacu pada persoalan bagaimana sosok Ridwan Kamil dianggap sebagai pemimpin yang mengabaikan masyarakat Bandung karena *mengurusi* persoalan pilkada:

*“politik itu “sistem untuk memperjuangkan sebuah nilai”. **ada nilai yang dihilangkan masa diam** RT @s_rochyana: kang urus weh bdg, tong pipiluen” (@ridwankamil, 28 September 2014)*

*“Bandung mah selalu nomor 1. pernah denger konsep “**multitasking**”? RT @manawa-manawa: Tapi bdg lebih penting kang. urusan itu dah ada yg urus” (@ridwankamil, 28 September 2014)*

*“salah 1 masalah kota BDG skg yaitu **ada hak warganya yg akan hilang**. RT @dautys: permasalahan kota bandung masih banyak. anda fokus bekerja.” (@ridwankamil, 28 September 2014)*

Bagi @ridwankamil, menjadi politisi bukanlah sekedar politisi yang membatasi diri pada persoalan lokalitas saja, karena politik lokal selalu dapat dikaitkan dengan persoalan nasional. Seperti yang diutarakan @ridwankamil ketika berinteraksi dengan @s_rochyana yang menyarankan agar ridwan kamil mengurus bandung dan tidak ikut-ikutan dalam polemik RUU Pilkada. Disini ridwan kamil menjawabnya nilai politik yang diperjuangkan. “nilai yang dihilangkan”, nilai merupakan obyek yang “dihilangkan” secara sengaja. Ridwan Kamil tidak secara eksplisit menjelaskan apa yang dimaksud dengan nilai.

Ridwan menjawab @s_rochyana yang tweetnya yang memandang bahwa urgensi politik dipandang dalam konteks teritorial, dimana bandung dalam konteks politik lokal hanya dipandang sebagai wilayah administratif saja. Esensi bentuk kontra terhadap RUU Pilkada, sebenarnya lebih ke mempertahankan nilai-nilai demokrasi lokal. Melalui RT-nya Ridwan ingin menekankan bahwa dirinya tetap focus sebagai elite birokrasi yang tetap bekerja, namun tetap peka terhadap kelangsungan demokrasi. @ridwankamil me-RT pernyataan @manawa_manawa yang menganjurkan agar ridwan tetap focus, namun ridwan menjawabnya dengan pendekatan humor “multitasking”.

“Salah 1 masalah kota BDG sekarang yaitu ada hak negaranya yang hilang” – hak negaranya adalah kebebasan berpendapat secara langsung melalui pilkada. Melalui dialog ini,

@ridwankamil muncul sebagai politisi lokal yang sedang memperjuangkan demokrasi lokal yang sejalan dengan cita cita besar desentralisasi.

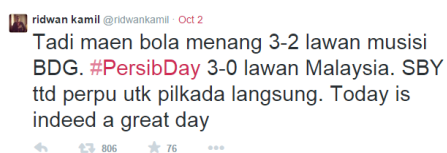
*“sy jg mencoba maklum dgn **suudzOn** anda RT @aa_danie: Kt maklum sikap @ridwankamil dgn Pilkada via DPRD khawatir tak akan terpilih”* (@ridwankamil, 28 September 2014)

*“gak apa2 bu. itu hak. **Ngomong2 pilwalkot/gub kemarin nyoblos gak?** @bundamuth: sejak ikut2an ngurus pilkada2 sy krg respek ma kang Emil”* (@ridwankamil, 28 September 2014)

*“bukan soal saya. **Soal anak cucu kami yg gak bisa nyoblos lagi** RT @pahe74: nyantai kang. DPRD pasti milih asal berprestasi. Teu kedah ka MK”* (@ridwankamil, 29 September 2014)

Dalam tweet-tweet di atas, @ridwankamil mencoba menampilkan dirinya tidak memiliki political interest (hasrat politik) jika tidak terpilih lagi lewat RT-nya ke @aa_danie : *saya mencoba maklum dgn suudzOn anda*. Dia menggunakan kata SuudzOn-berburuk sangka untuk menepis adanya hasrat politik dibalik sikap kontranya terhadap RUU Pilkada, meskipun tidak secara terang-terangan atau implisit. Lebih jauh lagi, @ridwankamil menegaskan bahwa sikap kontranya selama ini bukan soal hasrat politik. Dalam RT-nya @pahe74, @ridwan secara eksplisit menampik bahwa sikap kontra-nya terhadap RUU Pilkada karena pertimbangan generasi penerus yang terampas hak pilihnya.

Gambar 4.



Tweet di atas (2 Oktober 2014), memperlihatkan bagaimana @ridwankamil menyandingkan ditandatanganinya Perpu untuk pilkada langsung sebagai puncak rentetan kebahagiaannya pada hal-hal kecil yang terjadi pada hari itu. artinya momen itu merupakan puncak karena demokrasi lokal terselamatkan dan dia menang. Dia menggunakan momen keseharian untuk mengekspresikan bahwa ini layak untuk dirayakan bersama momen yang lain “Menang 3-2” atau “#persibday 3-0”. Posisinya dia menolak RUU Pilkada. Disini posisinya

dia sebagai politisi lokal. Penggunaan bahasanya tidak formal (Tadi *maen* bola) dan cenderung campur aduk. Meski demikian, @ridwankamil mencoba menggunakan itu untuk memperpendek jarak antara dia dan *followers*nya. Dengan menggunakan bahasa yang tidak formal, @ridwan bertujuan memperkenankan *followers* lain berinteraksi lebih jauh dengannya. Disini sayangnya @ridwankamil tidak bisa membuat *followernya* mengikutinya untuk optimis. Mereka menganggap momen ini bentuk dramaturgi dalam politik.

Gambar 5.



Dalam RT ini, @ridwankamil mengapresiasi sikap @SBYudhoyono yang menandatangani Perpu Pilkada. Dia menggunakan bahasa sunda “Hatur nuhun” untuk mengucapkan terima kasih. Dengan menggunakan bahasa tersebut, dia mencoba membuat pendekatan budaya melalui bahasa kepada *followernya*, yang menunjukkan bahwa dia bagian dari budaya sunda, memunculkan kesan bahwa @ridwankamil sebagai person yang memiliki “*sense of belonging*” terhadap latar belakang budayanya. Penggunaan bahasa ini juga bertujuan meningkatkan interaktivitas dan memperpendek jarak dengan fans atau *followernya*. Selain itu, pada teks tersebut @ridwankamil sering menggunakan atau menyingkat kata. (dgn-dengan). Dalam teks yang dibuat @ridwankamil ini, menyiratkan optimisme jika demokrasi lokal masih bisa diselamatkan dengan adanya perpu tersebut. Ridwan Kamil mengungkapkan secara implicit bahwa ada harapan. Posisi @ridwankamil sebagai politisi lokal disini terlihat jelas, bahwa dia pihak yang mendukung jika kepala daerah dipilih langsung, bukan lewat DPRD. Sayangnya, tidak banyak komentar yang sepaham

dengan @ridwankamil. Jika dilihat dari komentarnya yang tidak sepeham dengan @ridwankamil, alih-alih menyebutnya sebagai titik terang dalam sengketa RUU Pilkada, beberapa follower tidak menunjukkan optimism seperti yang ditunjukkan @ridwan kamil. Meski demikian, ada beberapa yang sepeham dengan @ridwankamil : @faisalabrar: Meski bukan obat mujarab, nuhun mang SBY.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pada analisis data, terlihat adanya kecenderungan penguasaan wacana yang dilakukan aktor selebriti lokal @ridwankamil dalam konteks wacana RUU Pilkada. Bentuk penguasaannya terlihat dari pengarahannya opini yang dilakukan oleh @ridwankamil. Dalam menanggapi kontra pendapat, @ridwankamil cenderung melakukan konfirmasi melalui ReTweet terhadap pendapat-pendapat masyarakat yang cenderung kontra dengan sikap @ridwankamil mengenai RUU Pilkada.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arumpac, Aelan (2006) *A Research Paper on Cyberculture and Virtual Politics. Asian Youth Culture Camp "Doing Cultural Spaces in Asia" Session 8 "Globalization of Communication and Culture"*. University of Philippines, Philippine Asia Culture Forum.
- Dijk, Jan Van. (2006) *The Network Society*. London :SAGE PUBLICATION
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta:LKiS
- Fairclough, Norman. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold
- Flew Terry (2004) *New Media: An Introduction (2nd Edition)*. UK: Oxford University Press.
- Ghazali, Efendi. (2008). *Ketika Selebriti Berpolitik Kosong*. Harian Kompas 7 Agustus 2008
- Hall dan Schroeder (2005). *An Anatomy of Power. The Social Theory of Michael Mann*. Cambridge University Press

Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit

Kamil, Ridwan. (2014). <https://twitter.com/ridwankamil>

Larsson, A. dan Moe H. (2011) *Who tweets? Tracking microblogging use in the 2010 Swedish election campaign*. ECIS 2011 Proceedings, Paper.

Louw, Eric (2005). *The Media and Political Process*. London: Sage Publications

Marwick, Alice E & Danah Boyd (2010). I Tweet honestly, I Tweet passionately: Twitter User, Context Collapse and The Imagined Audience. SAGE Publication. (Online Version <http://nms.sagepub.com/content/early/2010/06/22/1461444810365313>)

Sadasri, Lidwina Mutia. (2013) *INTERNET, SELEBRITI MIKRO, DAN KUASA Analisis Wacana Foucaultian Chripstory Akun Twitter Selebriti Mikro @TrioMacan2000 dan @Kurawa Masa Kampanye Pilkada DKI Jakarta 2012*

Taylor, Charles.1984. Foucault on Freedom and Truth. *Political Theory*, Vol 12 No2 (May, 1984)

<http://www.indopos.co.id/2014/05/pemilu-2014-golput-meningkat.html>

http://www.sagepub.com/upm-data/6109_Allen__Chapter_5%5B1%5D__Authority_and_Rationality__Max_Weber.pdf

VII. LAMPIRAN

Biodata Peneliti

1) Penulis Pertama

Kharisma Nasionalita, S.Sos, MA. Lahir di Sleman, Yogyakarta, menyelesaikan sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia (2010), dan mendapatkan gelar Master (MA) di Universitas Gajah Mada (UGM) konsentrasi Ilmu Komunikasi dan Media (2013). Saat ini penulis aktif mengajar di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom, Bandung.

2) Penulis Kedua

Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom, M.I.Kom. Lahir di Pematangsiantar, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, Bandung, menyelesaikan sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Diponegoro Semarang (2010) dan mendapat gelar Master Ilmu Komunikasi di Kebijakan Media, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro Semarang (2013).