

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Scheidel (dalam Mulyana, 2007:4) mengemukakan bahwa manusia perlu berkomunikasi dengan orang lain dan membina hubungan sosial yang baik. mengemukakan bahwa manusia berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Sedangkan menurut Uchyana (Bungin, 2006:31) komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses yang harus manusia jalankan untuk dapat berinteraksi dan membangun hubungan sosial dengan sesama.

Dalam komunikasi terdapat beberapa bidang yang dapat dipelajari salah satunya yaitu komunikasi pembangunan. Menurut Everett M. Rogers (Martono, 2012:136) komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal yang saling berhubungan sangat erat, kedudukan komunikasi dalam konteks pembangunan adalah *“as an integral part of development, and communication as a set of variables instrumental in bringing about development”* dalam definisi tersebut menyatakan bahwa komunikasi merupakan faktor penting dalam pembangunan.

Komunikasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktikum komunikasi dalam konteks negara-negara sedang berkembang, terutama kegiatan komunikasi untuk perubahan sosial yang berencana. Komunikasi pembangunan dimaksudkan secara sadar meningkatkan pembangunan manusiawi. Itu berarti komunikasi yang akan menghapuskan kemiskinan, pengangguran dan ketidakadilan (Harun dan Ardianto, 2011:161). Menteri BUMN Indonesia Dahlan Iskan menuturkan bahwa saat ini Indonesia masih dalam tahap negara berkembang dan masih sulit untuk berubah menjadi negara maju karena buruknya birokrasi di jajaran pemerintahan (sumber : <http://news.okezone.com/read/2012/09/02/337/684029/indonesia-sulit-jadi-negara-maju> diakses pada 10 Agustus 2013 pukul 00.13). Karena itulah komunikasi pembangunan perlu dipelajari untuk membangun Indonesia menjadi lebih baik.

Selain itu, dalam komunikasi pembangunan juga terdapat beberapa strategi agar upaya dalam perubahan sosial dapat berjalan dengan baik. Menurut AED (dalam Harun dan Ardianto, 2011:164) ada 4 strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini yaitu strategi berdasarkan media, strategi desain instruksional, strategi partisipatori dan strategi pemasaran. Strategi berdasarkan media merupakan strategi yang paling mudah digunakan dan paling populer (AED dalam Harun dan Ardianto, 2011:165).

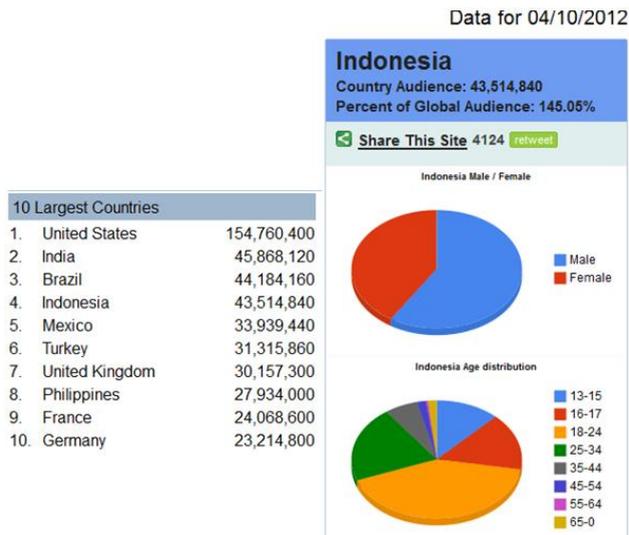
Strategi komunikasi berdasarkan media merupakan strategi yang biasanya para komunikatornya mengelompokkan kegiatan mereka disekitar media tertentu yang mereka sukai (Harun dan Ardianto, 2011:165). Media tersebut bisa dalam bentuk media massa radio dan

televisi untuk menyampaikan pesan. Namun seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, kini muncul *New Media* atau Media Baru. Menurut (Bungin, 2006:363) media baru dapat mendukung pergerakan pembangunan masyarakat sebagai subjek perubahan di masyarakat itu sendiri. Media baru yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi kini semakin berkembang bahkan dalam bingkai kebebasan berpendapat, melalui media ini masyarakat memiliki keberanian untuk mengungkapkan pendapatnya terhadap tindakan pemerintah dalam pembangunan, yang dinilai tidak sesuai dengan harapan masyarakat (Susanto, 2011:2).

New media atau media baru disebut juga media *digital*. Media *digital* adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalu jaringan berbasis kabel optik *broadband*, dan sistem satelit gelombang mikro (Flew, 2008:2). Dalam media baru terdapat media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi informasi dengan pengguna lainnya tanpa ada hambatan jarak dan waktu. Media sosial menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita dan menyalurkan ide. Menurut (Eid & Ward, 2009:1) “*Social networking sites, video-sharing sites, wikis, blogs, among many others, have evolved as a result of Web 2.0 concepts and new media technologies.*” Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa situs jejaring sosial, *video sharing sites* seperti YouTube, blog, dan sebagainya merupakan bagian dari teknologi media baru.

Di Indonesia, sosial media yang banyak digunakan adalah Facebook dan Twitter. Dari data statistik yang terdapat di *checkfacebook.com*, pengguna Facebook di Indonesia menempati posisi keempat pengguna Facebook tertinggi didunia. Dari data tersebut juga bisa dilihat bahwa pengguna Facebook tertinggi berkisar dari umur 16-17 dan 18-24 tahun yang merupakan pemuda.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Facebook



(Sumber : *Checkfacebook.com* diakses pada 23 Mei 2013 pukul 20:59)

Dengan 43,6 juta jumlah pengguna Facebook dan 19,5 juta jumlah pengguna Twitter, Indonesia merupakan negara dengan tingkat penggunaan media sosial yang besar di dunia. Situs tren *social media*, *SalingSilang.com* mengestimasi pengguna media sosial di Indonesia bisa mencapai 100 juta pengguna pada 2014 (sumber : <http://www.telkomsolution.com/news/it-solution/indonesia-menuju->

[100-juta-pengguna-social-media](#) diakses pada 31 Mei 2013 pukul 22:45). Dengan angka pengguna media sosial yang cukup besar, masyarakat Indonesia bisa menggunakan media tersebut sebagai strategi untuk menyampaikan komunikasi pembangunan dalam upaya perubahan sosial kearah yang lebih baik.

Dalam pembangunan terdapat upaya perubahan sosial. Yang dimaksud dengan perubahan sosial menurut (Moore dalam Martono, 2012:4) merupakan perubahan penting dari struktur sosial, yaitu perilaku dan interaksi sosial yang terjadi dalam suatu masyarakat. Berkaitan dengan pembangunan, menurut Rogers (dalam Harun dan Ardianto, 2011:14) perubahan sosial dengan partisipasi yang luas dalam suatu masyarakat berguna untuk kemajuan sosial dan materiil bagi mayoritas rakyat melalui kontrol yang lebih besar yang mereka peroleh terhadap lingkungan mereka. Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan sosial merupakan upaya untuk merubah status sosial masyarakat suatu negara menjadi lebih baik. Dalam upaya tersebut, masyarakat merupakan aktor yang terlibat dalam proses bagaimana perubahan terjadi, bagaimana masyarakat menjadi aktor yang menggerakkan perubahan dan mengontrol lingkungan mereka sehingga terjadi perubahan.

Martono (2012:223) menyatakan bahwa proses perubahan sosial bisa terjadi karena adanya *social movement* (gerakan sosial). Gerakan sosial sendiri merupakan aktivitas sosial berupa gerakan sejenis tindakan sekelompok yang merupakan kelompok informal yang berbentuk organisasi, berjumlah besar atau individu yang secara

spesifik berfokus pada suatu isu-isu sosial atau politik dengan melaksanakan, menolak, atau mengkampanyekan sebuah perubahan sosial (Martono,2013:224). Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam gerakan sosial dibutuhkan partisipasi yang besar dari pelaku tindakan gerakan sosial. Karena partisipasi tersebut menentukan bagaimana aktivitas sosial terjadi dalam upaya perubahan sosial suatu masyarakat.

Dalam partisipasi di gerakan sosial, pemuda kerap disebut sebagai pelaku penting. Menurut (Chock, 2012:2) menyatakan bahwa *“Young people are often key actors in powerful social movements that transform the course of human history. Indeed, youth have been deeply important to every progressive social movement”*. Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemuda merupakan pelaku utama dalam setiap proses gerakan sosial.

Definisi pemuda menurut Kementerian Pemuda dan Olahraga RI dan UU 40/2009 adalah orang berusia 16 tahun (enam belas) sampai dengan 30 (tiga puluh) tahun. Oleh karena itu mahasiswa adalah bagian dari pemuda sebagai penerus nilai-nilai luhur budaya dan cita-cita perjuangan bangsa Indonesia serta sumber daya bagi pembangunan nasional. (diakses dari situs Kompasiana, <http://sosbud.kompasiana.com/2011/03/08/peranan-pemuda-dan-mahasiswa-yang-visioner-345114.html> pada 6 Mei 2013 22:39).

Berdasarkan data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, di negara Indonesia, Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah pemuda paling banyak di Indonesia dengan jumlah 13.256.100

jiwa. Berdasarkan data tersebut, peneliti memilih Bandung sebagai lokasi penelitian karena Bandung sendiri merupakan ibukota dari Jawa Barat.

Tabel 1.2 Jumlah Pemuda Menurut Propinsi dan Jenis Kelamin

No	Propinsi (1)	2006			2007		
		Laki-laki (2)	Perempuan (3)	Jumlah (4)	Laki-laki (5)	Perempuan (6)	Jumlah (7)
1	NAD	771.418	823.192	1.594.610	683.1	704.3	1.387.4
2	Sumut	2.355.673	2.304.338	4.660.011	2.040.8	2.070.9	4.111.8
3	Sumbang	776.453	816.233	1.592.686	657.9	720.2	1.418.1
4	Riau	831.775	950.477	1.882.252	918.6	907.9	1.826.5
5	Jambi	519.922	540.617	1.060.539	454.3	458.1	912.4
6	Sumsel	1.340.052	1.335.875	2.675.937	1.193.4	1.200.1	2.393.5
7	Bengkulu	296.507	309.508	606.015	272.3	274.9	547.2
8	Lampung	1.404.742	1.291.659	2.696.404	1.210.1	1.175.2	2.385.3
9	Kep. Babel	225.235	206.587	431.822	198.9	177.3	376.2
10	Kep. Riau	273.670	298.989	572.659	237.9	278.1	516.0
11	DKI Jakarta	1.523.030	2.027.044	3.550.074	1.676.8	1.832.2	3.509.0
12	Jabar	7.233.991	7.193.231	14.427.222	6.643.5	6.710.9	13.354.4
13	Jateng	5.495.228	5.432.844	10.928.072	4.859.5	4.911.2	9.770.7
14	DI Yogyakarta	460.753.00	433.993	894.746	626.3	565.3	1.191.7
15	Jawa Timur	6.106.597	6.325.963	12.432.560	5.679.7	5.778.3	11.458.0
16	Banten	1.817.164	1.895.377	3.712.541	1.532.5	1.629.2	3.161.6
17	Bali	620.969	595.188	1.216.157	561.3	545.1	1.106.4
18	NTB	728.281	874.001	1.602.282	626.0	731.2	1.357.2
19	NTT	681.053	724.505	1.405.558	657.1	681.0	1.338.1
20	Kalbar	787.989	785.953	1.573.942	694.3	687.3	1.371.6
21	Kalteng	378.346	375.994	754.340	355.3	340.2	695.4
22	Kalsel	622.243	652.490	1.274.733	556.8	569.0	1.125.8
23	Kaltim	589.763	570.253	1.160.016	534.3	504.7	1.039.0
24	Sulut	369.352	359.114	728.466	351.5	334.9	686.5
25	Sulteng	435.941	438.457	874.398	398.7	393.7	792.4
26	Sulsel	1.373.386	1.457.799	2.831.185	1.180.5	1.285.4	2.465.9
27	Sul Tenggara	358.349	391.471	749.820	319.9	336.3	656.2
28	Gorontalo	168.952	177.885	346.837	152.7	151.7	304.4
29	Sulbar	175.705	186.450	362.155	164.2	162.4	326.6
30	Maluku	216.296	231.990	448.286	205.2	200.6	405.8
31	Maluku Utara	170.760	175.393	346.153	153.7	151.6	305.2
32	Irigi Barat	122.357	132.802	255.159	120.7	114.4	235.1
33	Papua	384.672	394.968	779.640	335.4	328.8	664.2
	Jumlah	40.119.068	40.698.293	80.817.361	36.203.8	36.912.2	73.116.0

(Sumber : kppo.bappenas.go.id (diakses pada 4 Mei 2013 pukul 21:40))

Mengenai kaitannya dengan partisipasi gerakan sosial, media sosial merupakan media yang kini menjadi media baru dalam tumbuhnya partisipasi gerakan sosial. Menurut (Utami, 2012:3) sosial media sebagai penggerak perubahan sosial melahirkan banyak gerakan sosial yang semakin berkembang setiap ada isu tertentu yang menarik perhatian orang banyak. Sedangkan menurut (Chock, 2012:2) *“In each of these cases, young people took part in many ways, including through the appropriation of the “new media” tools of their time, which they used to create, circulate, and amplify movement voices and stories”*. Dari kutipan-kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwa

pemuda dapat menyuarakan, menyebarkan dan memotivasi partisipasi gerakan sosial dengan menggunakan media sosial.

Salah satu contoh organisasi pemuda yang dalam kegiatannya menyuarakan gerakan sosial adalah Organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung. Organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung atau disebut PMB telah menyelenggarakan kegiatan sosial semenjak didirikan pada tahun 1948. Kegiatan-kegiatan sosial yang sudah diselenggarakan seperti sunatan massal, bantuan-bantuan bencana alam, pengadaan fasilitas kemasyarakatan, dan sebagainya (sumber : Blog PMB <http://pmbbandung.blogspot.com/> diakses pada 5 Agustus 2013 pukul 20.30 wib).

Berdasarkan hasil wawancara bersama Almi Raisman yang merupakan Senat Infokom PMB pada tanggal 23 Mei 2013 di Sekretariat PMB Jalan Merdeka No.5 Bandung, Almi menuturkan Perhimpunan Mahasiswa Bandung menggunakan media sosial antara lain Facebook, Twitter dan Blog. Dengan menggunakan ketiga media sosial tersebut, Almi menuturkan adanya pengaruh yang dirasakan setelah menggunakan beberapa media sosial tersebut semenjak 3 tahun terakhir. Pengaruh tersebut merupakan meningkatnya partisipasi dari masyarakat yang ingin melakukan gerakan sosial dan bergabung sebagai anggota PMB. Dari pernyataan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Facebook, Twitter dan Blog Terhadap Partisipasi Gerakan Sosial di Perhimpunan Mahasiswa Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa besar Pengaruh Facebook, Twitter dan Blog Terhadap Partisipasi Gerakan Sosial Di Perhimpunan Mahasiswa Bandung.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah diatas dapat dibuat identifikasi masalah dari penelitian ini. Berikut adalah identifikasi masalah dari penelitian ini.

1. Seberapa besar pengaruh Facebook, Twitter dan Blog terhadap partisipasi gerakan sosial di Perhimpunan Mahasiswa Bandung?
2. Manakah diantara Facebook, Twitter dan Blog yang paling berpengaruh terhadap partisipasi gerakan sosial di Perhimpunan Mahasiswa Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Facebook, Twitter dan Blog terhadap partisipasi gerakan sosial di Perhimpunan Mahasiswa Bandung.

2. Untuk mengetahui media sosial mana diantara Facebook, Twitter dan Blog yang paling berpengaruh dalam partisipasi gerakan sosial di Perhimpunan Mahasiswa Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

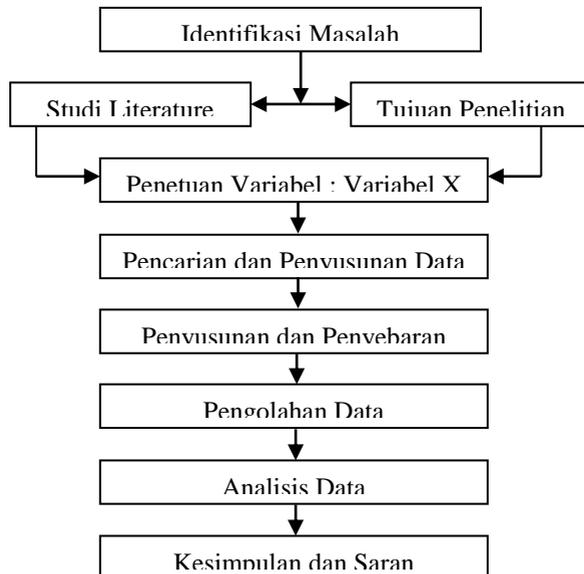
Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Facebook, Twitter dan Blog terhadap gerakan sosial yang dilakukan oleh Perhimpunan Mahasiswa Bandung.

1.5 Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

Gambar 1.3

Tahapan Penelitian



Sumber : Riduwan (2010:4)

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Organisasi Perhimpunan Mahasiswa Bandung dan waktu penelitian mulai dari bulan Maret hingga bulan September 2013. Waktu tersebut diambil karena sesuai dengan periode penulisan penelitian ini.