

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan media massa saat ini membuat masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi. Media massa baik cetak maupun elektronik merupakan alat bantu dalam proses komunikasi massa yang akan digunakan.

Media massa mempunyai tugas dan kewajiban selain menjadi sarana dan prasarana komunikasi. Media massa juga memiliki fungsi penyebar informasi kepada khalayak baik itu mengenai isu-isu politik, ekonomi, sosial dan budaya. Sebagai penyebar informasi media telah teruji dapat membuat suasana begitu transparan seperti apa yang dihendaki rakyat banyak. (Muhtadi, 1999: 5).

Keberadaan media massa dewasa ini telah dapat membawa angin perubahan yang signifikan bagi perkembangan kehidupan manusia. Pada satu sisi manusia adalah makhluk individu, dan di sisi lain manusia membutuhkan orang lain dalam relasi sosial hidup bersama dan masyarakat, sehingga kehadiran media massa dianggap bisa membantu manusia untuk berinteraksi antara satu dengan lainnya. Kemudian salah satu dasar sifat manusia adalah rasa ingin tahu terhadap segala sesuatu. Kebutuhan itu semakin dirasakan di tengah dinamika kehidupan yang terasa berputar cepat. Di sinilah media massa berperan, terutama dalam memberikan akses bagi orang-orang untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan. (Anom, 2009: 8)

Informasi yang disampaikan di media massa pada umumnya dinilai masyarakat memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga apa yang diungkapkan dianggap suatu kebenaran yang ada di masyarakat. Informasi tersebut juga mampu mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku manusia. Karena itu media massa dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan dan aspirasi (termasuk di dalamnya pendapat juga kritik) dari berbagai pihak, pemerintah, masyarakat dan termasuk organisasi. (Wardhani, 2008: 7)

Masyarakat sebagai pendengar, pembaca ataupun penonton media massa pastilah membutuhkan informasi baik itu tentang politik, sosial budaya, agama, teknologi dan lain-lain. Dalam hal ini baik masyarakat dari golongan terhormat dan golongan berilmu pengetahuan. (Soekanto, 1989: 209)

Perkembangan politik di Indonesia tidak lepas dari peran manusia dan komunikasi massa itu sendiri. Masyarakat Indonesia yang bersama dalam naungan negara demokrasi mempunyai kebebasan dalam mengungkapkan opini tentang isu-isu kegiatan politik yang tengah berkembang. Tidak terkecuali mahasiswa sebagai golongan berilmu atau kalangan akademisi yang aktif dalam mengikuti perkembangan politik yang terjadi di Indonesia khususnya di Kota Pekanbaru.

Salah satu media massa yang berperan dalam proses publikasi kegiatan politik baik itu Nasional maupun daerah setiap harinya adalah media internet. Perkembangan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* serta media online menjadi perhatian, setiap hari jutaan orang mendaftar untuk membuat akun media jejaring sosial. Terlebih media tersebut tanpa membayar sehingga

masyarakat memanfaatkan kepentingan media internet khususnya jejaring sosial *facebook dan twitter* untuk kegiatan sosialisasi politik.

Sosialisasi Politik melalui jejaring sosial selain efisiensi waktu dan dana dalam menjangkau simpatisan tentunya juga tidak hanya menjangkau masyarakat secara umum, namun juga mampu menggiring mahasiswa yang merupakan kaum terpelajar yang berpengaruh di masyarakat sebagai seorang pemimpin opini.

Hal tersebut membuat beberapa bakal calon Gubernur memanfaatkan fasilitas tersebut, salah satu pasangan bakal calon Gubernur Riau yang memanfaatkan media jejaring sosial facebook dan twitter adalah pasangan Herman-Agus yang memanfaatkan media *twitter* untuk melakukan sosialisasi politik dengan nama akun @TimHerman2013. Selain itu pasangan ini juga menggunakan media *facebook* dengan nama akun H. Herman Abdullah & H. Agus Widayat.

Dari latar belakang tersebut maka penulis ingin menjadikan sebagai penelitian karya ilmiah dengan judul **“Opini Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau Terhadap Aplikasi Media Internet (*Facebook dan Twitter*) dalam Sosialisasi Politik Bakal Calon Gubernur Riau Periode 2013-2018 di Pekanbaru”**

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Maraknya penggunaan media internet khususnya jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* dalam melakukan kegiatan sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau
2. Adanya keterkaitan divisi Kementerian Sosial dan Politik pada organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau yang bertugas pada bidang politik
3. Permasalahan ini sangat relevan dengan bidang keilmuan penulis yaitu Ilmu Komunikasi.
4. Penulis merasa mampu untuk melakukan penelitian ini baik dari segi dana, waktu dan tempat.
5. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Komunikasi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

C. Penegasan Istilah

1. Opini adalah pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan rata-rata individu kelompok dalam masyarakat, tentang sesuatu hal yang baik itu yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan-persoalan sosial. (Arifin, 2011: 194)
2. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) adalah organisasi mahasiswa intera kampus yang merupakan lembaga eksekutif ditingkat Universitas atau Institut. (http://dia.org/wiki/badan_eksekutif_mahasiswa)

3. Aplikasi adalah suatu subkelas perangkat lunak komputer yang memanfaatkan kemampuan komputer langsung untuk melakukan tugas yang diinginkan pengguna. (<http://id.m.wikipedia.com>)
4. Media internet merupakan bagian dari media massa yang menggunakan suatu media atau medium tentu secara otomatis disadari atau tidak disadari mempunyai dampak terhadap khalayak (Iriantara, 2005: 16)
5. *Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 dioperasikan dan dimiliki oleh Facebook, Inc. (<http://id.m.wikipedia.com>)
6. *Twitter* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc.*, yang menawarkan jejaring sosial berupa mikro blog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). (<http://id.m.wikipedia.com>)
7. Sosialisasi politik adalah suatu transmisi pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan perilaku esensial dalam kaitannya dengan politik, agar mampu berpartisipasi efektif dalam kehidupan politik. (Damsar, 2010: 153)

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana opini Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau terhadap aplikasi media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru?

- b. Apakah Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau mendapatkan tambahan ilmu politik maupun informasi melalui media internet khususnya *facebook* dan *twitter*?
- c. Apakah Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau menggunakan media massa lain dalam membentuk opini?

2. Batasan Masalah

Dari pembahasan permasalahan di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah yang akan dikaji terbatas hanya pada opini Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau terhadap aplikasi media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru.

3. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis merumuskan masalah berdasarkan permasalahan di atas adalah: Bagaimana opini Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA terhadap aplikasi media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana opini Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA terhadap aplikasi media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam

sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

1. Bagi penulis penelitian ini sangat berguna tidak saja hanya berguna sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan meraih gelar sarjana, akan tetapi juga sangat berguna sebagai ilmu pengetahuan yang boleh dipahami oleh orang lain. Dan juga menjadi pelajaran bagi penulis untuk mencoba mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama mengikuti proses belajar mengajar di bangku kuliah.
2. Berguna untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan peneliti, serta bahan referensi dan rujukan bagi para mahasiswa/i maupun masyarakat umum tentang opini terhadap peran media internet dalam kegiatan sosialisasi politik.

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang terkait yakni bagi Badan Eksekutif Mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska.

F. Kerangka Teoritis

Setiap penelitian memerlukan kerjasama titik tolak atau landasan berfikir dalam mencerahkan atau menyoroti masalah untuk itu perlu disusun kerangka teori yang membuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana peneliti akan disoroti (Narawi, 1993: 39-40).

1. Opini

a. Definisi opini

Opini menurut *Webster's New Collegiate Dictionary*, opini adalah suatu pandangan, keputusan atau taksiran yang terbentuk dalam pikiran mengenai sesuatu tertentu. Suatu opini lebih kuat dari pada kesan dan lebih lemah dari pada pengetahuan yang positif. Opini berarti suatu kesimpulan yang ada dalam pikiran dan belum dikeluarkan untuk bisa diperdebatkan, suatu opini yang kira-kira sudah menetap adalah statement dan jika dipegang secara teguh kurang lebih adalah suatu keyakinan, sedangkan opini yang agak diwarnai oleh kecenderungan pandangan (Effendy, 1998: 56).

Opini yang dimaksudkan penulis sangat erat kaitannya dengan opini publik, maka penulis akan menjelaskan tentang opini publik yang dihubungkan dengan opini politik.

Arifin menyimpulkan, dari berbagai definisi opini publik yang dikemukakan oleh pakar opini publik, opini publik adalah:

1. Opini Publik adalah pendapat, sikap, perasaan, ramalan, pendirian dan harapan rata-rata individu kelompok dalam masyarakat, tentang

sesuatu hal yang berhubungan dengan kepentingan umum atau persoalan-persoalan sosial.

2. Opini publik adalah interaksi, diskusi atau penilaian sosial antar individu tersebut yang dinyatakan baik lisan maupun tulisan.
3. Isu atau masalah yang didiskusikan itu adalah hasil dari apa yang dioperkan media massa.
4. Opini Publik hanya dapat berkembang pada negara-negara yang menganut paham demokrasi. Dalam negara tersebut akan memberikan kebebasan kepada warganya untuk menyatakan pendapat dan sikapnya, baik sikapnya, baik lisan maupun tulisan. (Arifin, 2011: 194-195)

Arifin berpendapat, bahwa opini publik harus memiliki paling kurang tiga unsur. *Pertama*, harus ada isu (peristiwa atau kata-kata) yang aktual, penting yang menyangkut kepentingan pribadi kebanyakan orang dalam masyarakat atau kepentingan umum, yang disiarkan melalui media massa. *Kedua*, harus ada sejumlah orang yang mendiskusikan isu tersebut, yang kemudian menghasilkan kata sepakat mengenai sikap, pendapat dan pandangan mereka. *Ketiga*, selanjutnya pendapat mereka itu diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan gerak-gerak. (Arifin, 2011: 195)

b. **Karakteristik Opini Publik**

Opini publik juga memiliki ciri-ciri tertentu. *Pertama* terdapat juga isi, arah, dan intensitas mengenai opini publik. Ciri-ciri ini menyangkut

opini publik tentang tokoh politik, partai, peristiwa, dan segala jenis isu. *Kedua*, kontroversi menandai opini publik, artinya sesuatu yang tidak disepakati seluruh rakyat. *Ketiga*, opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tak langsung daripadanya meskipun mereka bukan pihak pada pertikaian yang semula. *Keempat*, opini publik itu tidak relatif tetap. Penyebaran opini mayoritas dan minoritas sering berubah seperti pandangan individual, tetapi opini publik bertahan. Akan tetapi, meskipun opini publik ini persisten sebagai proses yang terus berlangsung, pernyataan mengenai bagaimana opini publik tentang suatu masalah harus selalu spesifik bagi waktu dan tempat tertentu. (Nimmo, 2010: 25-26)

c. Eksistensi dan Esensi Opini Publik

Opini publik adalah fenomena komunikasi politik yang sudah cukup lama menjadi perhatian, baik oleh para politikus maupun oleh para akademis. Hal itu dapat dipahami, karena pada hakikatnya opini publik di negara demokrasi liberal dapat disebut sebagai kekuatan politik. Opini publik sering diposisikan sebagai kekuatan keempat setelah ketiga kekuatan dan kekuasaan lainnya dalam *trias politica* yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif.

Meskipun demikian, opini publik di Indonesia tetap dicatat sebagai suatu kekuatan politik yang penting karena bagaimana pun juga

Indonesia termasuk negara yang menganut demokrasi politik dan demokrasi ekonomi yang disebut dalam konstitusi, dengan nama “kedaulatan rakyat”.

Kesadaran akan hakikatnya opini publik sebagai kekuatan politik dikemukakan oleh berbagai pakar. Misalnya, Ogburn dan Ninkoff menjelaskan bahwa semua golongan yang tersusun baik organisasi kerjanya, mutlak harus memperoleh dukungan kuat opini publik atau minimal opini publik tidak menentangnya untuk memperoleh kekuasaan.

Sejarah mencatat bahwa tanpa dukungan opini publik sebuah kekuasaan tidak dapat bertahan lama dan pasti akan runtuh. Namun sebagai kekuatan politik, opini publik juga tidak hanya mampu mendukung suatu pemerintahan atau kekuasaan, melainkan juga memiliki kekuatan untuk menggulingkannya, baik melalui pergolakan-pergolakan atau aksi-aksi massa, atau kedua-duanya. (Arifin, 2011: 190)

d. Proses Terbentuknya Opini

Bernard Hennesy dalam bukunya mengemukakan lima faktor pembentuk opini publik:

1. Adanya isu (*presence of an issua*) maupun berita yang perlu dipecahkan. Harus terdapat konsesus yang sesungguhnya, opini publik berkumpul di sekitar berita tersebut. Berita dapat didefinisikan sebagai situasi kontemporer yang di dalamnya mungkin tidak terdapat kesepakatan dan kontroveris, juga konflik kontemporer.
2. Ada kelompok yang dikenal dan berkepentingan terhadap suatu berita.

3. Ada pilihan yang sulit, mengacu pada totalitas opini para anggota masyarakat tentang berita, maka harus dirumuskan terlebih dahulu bagaimana menyampaikannya dengan mempertimbangkan dampak sosial.
4. Ada suatu pernyataan atau opini. Beberapa pernyataan bertumpuk sekitar isu maupun berita. Pernyataan biasanya melalui kata-kata yang diucapkan atau dicetak. Akan tetapi gerak-gerik, kepalan tinju, lambaian tangan, dan tarikan nafas panjang juga merupakan suatu pernyataan atau opini. Doop berbicara tentang opini publik internal dan tersembunyi mengacu pada sikap ketidakberkeaan publik terhadap berita tertentu yang tidak diungkapkan. Sementara opini publik tersembunyi mengacu pada sikap publik mengenai suatu berita, namun tidak menggugah atau mempengaruhi perilakunya.
5. Adanya sejumlah orang yang terlibat dalam penyampaian opini tersebut didepan umum. (Tabroni, 2012: 89, Nimmo, 2006: 24)

Oleh karena itu sebagian pesan dalam komunikasi politik, opini publik maupun opini politik itu sendiri pasti ada dasar bermuatan politik yang kental dan menyangkut kepentingan umum, serta bersifat terbuka dan aktual. Opini publik juga disebut sebagai kekuatan politik dan menjadi dasar negara demokrasi. (Tabroni, 2012: 89)

2. Aplikasi

a. Definisi Aplikasi

Aplikasi adalah suatu subkelas perangkat lunak yang memanfaatkan kemampuan komputer langsung untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna. Biasanya dibandingkan dengan perangkat lunak sistem yang mengintegrasikan berbagai kemampuan komputer, tapi tidak secara langsung menerapkan kemampuan tersebut untuk mengerjakan suatu tugas yang menguntungkan pengguna. Contoh utama perangkat lunak aplikasi adalah pengolah kata, lembar kerja, dan pemutar media.

Beberapa aplikasi yang digabung bersama menjadi paket kadang disebut sebagai suatu paket atau suite aplikasi (*application suite*). Aplikasi-aplikasi dalam suatu paket biasanya memiliki antarmuka pengguna yang memiliki kesamaan sehingga memudahkan pengguna untuk mempelajari dan menggunakan tiap aplikasi. Sering kali, mereka memiliki kemampuan untuk saling berinteraksi satu sama lain sehingga menguntungkan pengguna.

b. Klasifikasi Aplikasi

Aplikasi dapat digolongkan menjadi beberapa kelas, antara lain:

- 1) Perangkat lunak perusahaan (*enterprise*)
- 2) Perangkat lunak infrastruktur perusahaan
- 3) Perangkat lunak informasi kerja
- 4) Perangkat lunak media dan hiburan

- 5) Perangkat lunak pendidikan
- 6) Perangkat lunak pengembangan media
- 7) Perangkat lunak rekayasa produk

Pada pengertian umumnya, aplikasi adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan yang dimilikinya aplikasi merupakan suatu perangkat komputer yang siap dipakai bagi *user*.

3. Media

a. Definisi Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia, seperti mata dan telinga.

Pesan-pesan yang diterima panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.

b. Jenis-jenis Media

Media digolongkan atas empat macam, antara lain sebagai berikut:

- 1) Media Antarpribadi

Media antarpribadi adalah media yang digunakan untuk hubungan perorangan (antarpribadi), media yang digunakan ialah kurir (utusan), serta, dan telepon.

2) Media Kelompok

Dalam komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar dan konferensi.

3) Media Massa

Media massa digunakan jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada. Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima pesan) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televise, dan internet.

c. Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa ialah sebagai berikut:

1) Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.

2) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.

3) Media Publik

Media publik digunakan jika khalayak melebihi dari 200 orang, misalnya rapat akbar. Dalam rapat akbar khalayak berasal dari

berbagai macam bentuk, namun masih mempunyai homogenitas, seperti kesamaan partai, kesamaan agama, dan lain-lain.

- 4) Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- 5) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, suarar kabar, dan sebagainya.
- 6) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

4. Internet

a. Definisi Internet

Internet berasal dari kata *Interconnection Networking* yang artinya jaringan internasional (luas dan mendunia). Jaringan tersebut dari banyaknya jaringan kecil atau LAN (*Local Area Network*) yang saling tergabung menjadi satu jaringan komputer Internasional atau WAN (*Wide Area Networking*).

b. Sejarah Internet

Lahirnya internet dimulai pada sekitar tahun 1960-an sebagai suatu proyek dari *Department of Defence* Amerika Serikat dan diberi nama ARPANET. Mereka membuat suatu spesifikasi jaringan komputer yang tahan banting sehingga jaringan ini harus tetap bisa

bekerja bila salah satu bagiannya hancur atau rusak. Hal ini disebabkan oleh kekhawatiran Amerika Serikat akan serangan yang mungkin akan dialaminya sehingga membuat komunikasi menjadi lumpuh. Lembaga ini juga meneliti dan mengembangkan konsep jaringan sehingga kegiatan transfer data menjadi lebih efisien.

Pada awalnya jaringan komputer hanya untuk kegiatan militer yaitu pengembangan senjata nuklir, namun akhirnya internet berkembang ke bidang pendidikan yang dirasa penting untuk mempelajari dan mengembangkan jaringan komputer tersebut. Pada akhirnya tahun 1970, internet sudah banyak digunakan di banyak Universitas di Amerika Serikat dan berkembang hingga sekarang.

Pada dasarnya semua informasi dan juga layanan diolah dan disimpan pada sebuah komputer khusus yang lebih dikenal dengan nama server. Komputer server tersebut tersambung dengan internet secara *realtime* (terus menerus atau nonstop) sehingga para pengguna internet diseluruh dunia dapat mengakses informasi (browsing) ataupun menggunakan layanan (*Mailing, Chatting, Blogging*, dan sebagainya) yang terdapat didalam komputer tersebut.

c. Manfaat Internet

Secara umum, manfaat yang bisa diperoleh dengan akses internet antara lain:

- 1) Mendapatkan informasi untuk kehidupan pribadi, seperti informasi kesehatan, rekreasi, hobi, pengembangan pribadi, rohani dan sosial.

- 2) Mendapatkan informasi untuk kehidupan professional, seperti sains dan teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis dan berbagai forum komunikasi.
- 3) Seperti sarana untuk kerja sama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal jarak dan waktu, batas Negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor lain yang biasa menghambat pertukaran pikiran.
- 4) Sebagai sarana bisnis, termasuk iklan dan publikasi secara *online*, bisnis baru (koneksi ke internet dan *Web Page*). Alternative cetak jarak jauh, jenis layanan baru untuk pelanggan, jasa surat elektronik dan *bulletin board*.
- 5) Sebagai media komunikasi termasuk untuk mengikuti perkembangan teknologi, menjembatani lembaga pemerintah, universitas, sekolah, laboratorium dan penelitian.
- 6) Sebagai penunjang sistem pendidikan jarak jauh.
- 7) Sebagai sarana hiburan dan hobi.
- 8) Dapat menekan biaya administrasi pengiriman pesan, fax, gambar dan biaya cetak.
- 9) Dapat memperluas wawasan masyarakat.
- 10) Globalisasi informasi.
- 11) Sumber data tersedia.
- 12) Merupakan sarana diskusi global bagi para professional, peneliti, pelajar dan mahasiswa juga masyarakat umum.

d. Fungsi Internet

Adapun fungsi dari internet ialah

- 1) Sebagai sumber informasi yang didapatkan lebih cepat murah dengan aplikasi: email, WWW, NewsGroup, FTP, Gopher dan lain-lain.
- 2) Mengurangi biaya kertas dan biaya distribusi, contoh: Koran masuk Internet, Majalah, brosur, dsb. Sebagai media promosi, contoh: Image Company, Pengenalan, dan pemasaran produk.
- 3) Komunikasi Interaktif seperti Email, dukungan Pelanggan dengan WWW, Video Conferencing, Internet Relay Chat, dan Internet Phone.
- 4) Sebagai alat Research and Development.
- 5) Pertukaran data.

e. Kelebihan dan Kekurangan Internet

1) Kelebihan Internet

- a) Akses informasi di internet, tidak dibatasi waktu, karena dengan lingkup global, internet yang dihadirkan tidak pernah tidur
- b) Kecepatan informasi melalui internet lebih cepat karena bersifat *real-time*.
- c) Kemudahan dalam pengaksesan internet, karena bisa diakses dimana saja.
- d) Penelusuran informasi melalui internet lebih murah.

- e) Internet dapat digunakan untuk mencari berbagai informasi ilmu pengetahuan yang dapat ditelusuri melalui mesin pencarian (*search engines*)

2) Kelemahan Internet

- a) Fasilitas jaringan telepon dan ISP sangat berpengaruh terhadap biaya pemakaian internet dan kemungkinan akses secara keseluruhan.
- b) Salah satu persoalan dalam pencarian informasi melalui internet adalah sulitnya mengidentifikasi identitas responden.
- c) Berbagai penelitian menunjukkan bahwa internet efektif untuk menjangkau responden yang termasuk kelompok berdaya beli atau berpenghasilan dan berpendidikan relatif tinggi.
- d) Informasi yang tersedia di internet sangat besar jumlahnya, namun tidak semuanya dibutuhkan.
- e) Setiap orang bebas membuka *homepages* sendiri dan menampilkan berbagai informasi di sana. Namun tidak semua informasi yang didapatkan valid untuk dijadikan acuan.
- f) Salah satu masalah yang juga tak kalah peliknya adalah resiko terkena virus komputer yang mudah menyebar lewat jaringan internet.

5. Facebook

a. Definisi Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan dan dimiliki oleh *Facebook Inc.* Pada Januari 2011, *facebook* memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. (<http://id.m.wikipedia.com>)

Pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna yang memiliki tujuan tertentu, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah, perguruan tinggi, atau karakteristik lainnya.

Nama layanan ini berasal dari nama buku mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh administrasi universitas di AS dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. *Facebook* memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini.

b. Sejarah Facebook

Facebook didirikan Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes.

Keanggotaan situs web awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy

League, dan Universitas Stanford. Di situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun.

Studi *Compete.com* bulan Januari 2009 menempatkan *facebook* sebagai layanan jejaring sosial paling banyak digunakan menurut pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, diikuti oleh *MySpace*. *Entertainment Weekly* menempatkannya di daftar terbaik akhir dasawarsa. *Quantcast* memperkirakan *facebook* memiliki 135, 1 juta pengunjung bulanan di AS pada Oktober 2010. Diperkirakan bahwa 41,6% penduduk Amerika Serikat memiliki akun *facebook*. (<http://id.m.wikipedia.com>)

c. Fasilitas Media Facebook

Secara tampilan media *facebook* memiliki beberapa fasilitas antara lain:

- i. *Home*, halaman *home* muncul ketika pertama kali *Login facebook.com*. Halaman ini mencakup kabar terakhir (*update*). Terdiri dari beberapa interaksi, seperti *request* dari teman, posting pilihan, atau jadwal acara yang akan dilakukan.
- ii. *Profile*, halaman ini adalah semua berhubungan dengan Anda. *Wall* atau dinding, info, catatan, video, dan lainnya.
- iii. Dinding alias *wall* mendapatkan ide dari hobi semasa kanak-kanak yang suka mencoret-coret di dinding. *Facebook* menggunakan

istilah ini untuk halaman yang secara khusus disediakan untuk urusan coret-moret ini.

- iv. *Friends*, halaman ini memuat daftar teman yang dimiliki. Bisa terlihat status teman, daftar nomor telepon, atau membuat kelompok teman.
- v. *Inbox*, atau kotak surat untuk mengirim dan menerima pesan dari teman
- vi. *Chat*, fasilitas chatting secara otomatis muncul, tetapi jika mengganggu bisa mematikannya.
- vii. Aplikasi links merupakan penghubung antara situs lain. Seperti youtube, detik.com dan situs lainnya.
- viii. *Events*, aplikasi ini sangat berguna jika membuat sebuah acara dan perlu mengundang teman lewat *facebook.com*. Isi undangan tersebut yaitu : Berisi informasi waktu, isi, lokasi, deskripsi acara, dan gambar.
- ix. Aplikasi grup dipakai untuk membentuk suatu komunitas.
- x. *Pages* adalah sebuah profil yang bisa dikonsumsi oleh public. *Page* bisa dimanfaatkan untuk berbisnis atau menawarkan produk ke pengguna *facebook.com* lainnya. *Page* ini sangat cocok untuk pebisnis untuk menawarkan produknya, politikus untuk berkampanye, selebritis untuk menampung fans-nya, musisi, grup band, penulis, *public figure*, atau yang lainnya.

Selain aplikasi bawaan dari *facebook.com*, juga ada aplikasi dari pihak ketiga. Aplikasi pihak ketiga ini banyak dan beragam jenisnya. Aplikasi ini dikembangkan di luar *facebook.com*. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan memeriksa kembali sebelum menginstal dengan melihat bagian dari *page* aplikasi tersebut. Ada baiknya berhati-hati dalam menggunakan aplikasi. Periksa dulu sebelum menggunakannya, apakah aplikasi ini sudah diperiksa *facebook.com*, seberapa banyak penggunaannya dan untuk lebih memastikannya lagi, bisa membaca dan melihat nilai *review* dari penggunaannya. Jika aplikasi yang digunakan bermasalah, mengandung virus atau yang lain sebagainya, bisa menghapus, dan menghubungi pengembang aplikasi atau langsung ke *facebook.com*.

Fungsi utama dari *facebook.com* atau *sosial networking* adalah menjadi tempat berkumpul bersama teman-teman. Anda bisa melihat, menghapus, dan mengelompokkan teman.

Keunggulan *facebook.com* dibandingkan dengan yang lain yaitu :

- 1) Melihat profil
- 2) Mencelek teman
- 3) *Chatting*
- 4) Mengirim pesan

6. Twitter

a. Definisi Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc*, yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan nama pengikut (*followers*).

Semua pengguna dapat mengirim dan menerima kicauan melalui situs *Twitter*, aplikasi eksternal yang kompatibel (telepon selular), atau dengan pesan singkat (sms) yang tersedia di negara-negara tertentu. Situs ini berbasis di San Bruno, California dekat San Francisco, dimana situs ini pertama kali dibuat. *Twitter* juga memiliki server dan kantor di San Antonio, Texas dan Boston, Massachusetts.

Twitter memiliki logo berupa seekor burung berwarna biru yang bernama "*Larry the Bird*".

b. Sejarah Twitter

Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide *twitter* dimana

individu bisa menggunakan SMS layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007.

Popularitas Twitter mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat festival South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung penggunaan twitter meningkat dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000. Reaksi di festival itu sangat positif.

Pada tanggal 14 September 2010, twitter mengganti logo dan meluncurkan desain baru dan logo berubah lagi menjadi "*Larry the Bird*" pada tanggal 5 Juni 2012.

c. Fasilitas Media Twitter

1. Laman Utama (Home), Pada halaman utama kita bisa melihat kicauan yang dikirimkan oleh orang-orang yang menjadi teman kita. Halaman utama disebut juga sebagai *Timeline*.
2. Profil, Pada halaman ini yang akan dilihat oleh seluruh orang mengenai profil atau data diri serta kicauan yang sudah pernah dikirim-tampil.
3. Pengikut (*Follower*), Pengikut adalah pengguna lain yang ingin menjadikan kita sebagai teman. Bila pengguna lain menjadi pengikut akun seseorang, maka kicauan seseorang yang ia ikuti tersebut akan masuk ke dalam halaman utama.

4. Mengikuti (*Following*), Kebalikan dari pengikut, ikutan adalah akun seseorang yang mengikuti akun pengguna lain agar kicauan yang dikirim oleh orang yang diikuti tersebut masuk ke dalam halaman utama.
5. Gamitan (*Mentions*), Biasanya konten ini merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai orang yang akan diajak bicara.
6. Favorit, Kicauan ditandai sebagai favorit agar tidak hilang oleh halaman sebelumnya.
7. Pesan Langsung (*Direct Message*), Fungsi pesan langsung lebih bisa disebut SMS karena pengiriman pesan langsung di antara pengguna tanpa ada pengguna lain yang bisa melihat pesan tersebut kecuali pengguna yang dikirim pesan.
8. Tagar (*Hashtag*), Tagar yang ditulis di depan topik tertentu agar pengguna lain bisa mencari topik yang sejenis yang ditulis oleh orang lain juga.
9. Senarai (*List*), Pengguna *twitter* dapat mengelompokkan ikutan mereka ke dalam satu grup atau senarai sehingga memudahkan untuk dapat melihat secara keseluruhan para nama pengguna (*username*) yang mereka ikuti (*follow*).
10. Topik Hangat (*Trending Topic*), Secara garis besar adalah topik yang sedang banyak dibicarakan banyak pengguna dalam suatu waktu yang bersamaan. Kemudian secara spesifik yaitu sebuah kata,

frase atau yang ditandai dengan pagar (#) yang dilepaskan dengan kecepatan lebih tinggi.

7. Sosialisasi Politik

a. Definisi Sosialisasi Politik

Pengertian sosialisasi politik, secara sederhana, dapat dipahami melalui menambahkan atau mengaitkan definisi yang ada tentang sosialisasi dengan politik, misalnya definisi Brinkerhoff dan White. Brinkerhoff dan White sosialisasi diberi pengertian sebagai “suatu proses belajar, peran, status, dan nilai yang diperlukan untuk keikutsertaan (partisipasi) efektif dalam institusi sosial.” Dengan memasukkan konsep politik pada definisi Brinkoff dan White, maka definisi sosialisasi politik dengan menggunakan pemikiran Brinkerhoff dan White adalah “suatu proses belajar, peran, status, dan nilai yang diperlukan untuk keikutsertaan (partisipasi) dalam institusi politik.”

Sedangkan apabila sosialisasi politik dikonstruksi berdasarkan kesimpulan, maka sosialisasi adalah suatu transmisi pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan perilaku esensial dalam kehidupan politik (Damsar, 2010: 152-153).

b. Mekanisme Sosialisasi Politik

Elemen-elemen sosialisasi politik sangat bervariasi. Ada tiga mekanisme pengalihan elemen-elemen sosialisasi politik, yakni

imitasi, instruksi, dan motivasi. Imitasi adalah peniruan terhadap tingkah laku individu-individu lain, dan merupakan hal yang amat penting dalam sosialisasi pada masa kanak-kanak. Instruksi mengacu proses pencerahan diri. Hal ini tidak hanya terbatas pada proses belajar formal saja. Termasuk di sini adalah proses belajar informal, baik dalam rupa pendidikan kejuruan maupun dalam rupa diskusi-diskusi kelompok dan lain-lainnya.

Sedangkan motivasi lebih banyak diidentifikasi dengan pengalaman pada umumnya. Oleh Le Vine motivasi dijelaskan sebagai bentuk tingkah laku yang cocok sekali, yang dipelajari melalui proses *trial and error*. Melalui proses ini seorang individu secara langsung belajar dari pengalaman mengenai tindakan-tindakan yang cocok dengan sikap-sikap dan pendapat-pendapatnya sendiri. (Maran, 2007: 140)

8. Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti sebelumnya mengambil judul “Pengaruh Berita Politik di Harian Pagi Riau Pos Terhadap Pembentukan Opini Kader HMI di Lingkungan UIN Suska” yang ditulis oleh Hermalasari Sahid salah satu mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska Riau.

Penelitian dengan menggunakan Agenda Setting ini dipusatkan pada pengaruh berita politik yang ada di harian pagi Riau Pos edisi Februari 2013, terhadap pembentukan opini dalam aktivitas kader HMI

di lingkungan UIN Suska Riau. Dua subjek yang menjadi fokus penelitian adalah (1) kajian mengenai pengaruh pemberitaan politik dan (2) pembentukan opini kader HMI terhadap pemberitaan media massa dalam politik . hasil penelitian anatra lain, menunjukkan, penyajian berita politik berpengaruh terhadap pembentukan kader HMI, ini mengandung arti berita politik yang ada di Riau Pos telah memberikan kontribusi besar dalam pembentukan opini kader HMI ini dikarenakan Riau Pos masih tetap dipercaya sebagai referensi sumber berita dari segi media cetak.

Sedangkan yang menjadi pembeda adalah penulis terfokus pada “Opini Mahasiswa Organisasi BEM UIN Suska Riau Terhadap Peran Media Internet (Facebook dan Twitter) Dalam Sosialisasi Politik Bakal Calon Gubernur Riau Periode 2013-2018 di Pekanbaru” dengan menggunakan teori agenda setting, metode penelitian deskriptif kualitatif dengan bantuan wawancara.

G. Konsep Operasional

Adapun konsep ini adalah sebagai cara untuk mencari indikator-indikator yang digunakan dalam mencari jawaban dilapangan terhadap masalah-masalah yang dihadapi dalam meneliti opini mahasiswa organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau terhadap peran media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru. Maka penulis menetapkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau mengikuti perkembangan politik melalui sosialisasi politik yang dilakukan bakal calon Gubernur Riau melalui media internet (*facebook* dan *twitter*)
2. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau memberi penilaian terhadap sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau yang ada di media internet (*facebook* dan *twitter*)
3. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau mendiskusikan sosialisasi politik bakal calon Gubernur Riau yang berkembang di media internet (*facebook* dan *twitter*)
4. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau menganggap penting sosialisasi politik yang dilakukan bakal calon Gubernur Riau di media internet (*facebook* dan *twitter*)
5. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau menjadikan sosialisasi politik yang dilakukan bakal calon Gubernur Riau di media internet (*facebook* dan *twitter*) sebagai tolak ukur untuk mengambil keputusan.
6. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau menyampaikan opini (pendapat) dalam bentuk tulisan maupun lisan.

H. Metode Penelitian.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau.

2. Subjek dan Objek

- a. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau.
- b. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah opini mahasiswa organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau terhadap peran media internet (*facebook* dan *twitter*) dalam sosialisasi politik yang dilakukan bakal calon Gubernur Riau periode 2013-2018 di Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 1996: 121-122). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau yang berjumlah 59 orang.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2010: 84). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*, yaitu memilih orang-orang tertentu karena dianggap berdasarkan penilaian tertentu (Rakhmat, 2009: 81)

Sampel dalam penelitian ini adalah Pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN Suska Riau yang berada pada bagian

Kementerian Sosial Politik berjumlah 6 orang. Peneliti hanya mengambil 6 orang dijadikan sampel karena memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik dari 6 orang yang dijadikan sampel ini dilihat dari keikutsertaan dalam kegiatan sosial politik. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2006: 140), pengambilan sampel dengan teknik bertujuan ini cukup baik karena sesuai dengan pertimbangan peneliti sendiri sehingga dapat mewakili populasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang penulis himpun dalam penelitian ini diperoleh melalui:

- a. Wawancara menurut Arikunto (2006: 155) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*). Peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan langsung kepada seseorang atau seseorang otoritas atau seorang ahli yang berwenang dalam suatu masalah yang dapat memberikan informasi sesuai dengan masalah yang diteliti.
- b. Dokumentasi, dilakukan untuk mendapatkan data yang diperoleh untuk melengkapi data-data penelitian. Adapun pengambilan data dilakukan di organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau.
- c. Observasi, dilakukan secara langsung, disini peneliti langsung mengamati mahasiswa organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) UIN SUSKA Riau.

5. Teknik Analisa Data

Setelah data terkumpul, selanjutnya penulis melakukan tahap analisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu bentuk penelitian yang bermaksud untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala-gejala yang ada (Hasan, 2002: 22) yang dapat menggambarkan opini publik tersebut. Setelah peneliti menggunakan penelitian kualitatif menurut Taylor dan Bogdan (dalam Suyanto dan Sutinah, 2010: 166) dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang diamati dari orang-orang yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

I. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini dapat dibagi kepada lima bagian, lebih jelasnya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis, konsep operasional, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN

BAB III : PENYAJIAN DATA

BAB IV : ANALISA DATA

BAB V : PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA