

## Media Sosial sebagai Demokrasi Partisipatif yang Potensial

Dharma Oratmangun<sup>1</sup>, Udi Rusadi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid Jakarta

[dharmoing@gmail.com](mailto:dharmoing@gmail.com)

### ABSTRACT

*Social media gives previously silent masses an expressive voice in a possible participatory democracy. The majority of these are critiques of Henry Jenkins' writings, who is an advocate of web-based participatory democracy. Jenkins was attacked by Fuchs for minimizing participation to its cultural value and so disregarding the importance of ownership in determining the scope and mode of participation. A truly participatory democracy must also be a property democracy, as Fuchs demonstrates. A fully participatory culture must also have equity in ownership so that everyone has access to the means and visibility of cultural production and distribution.*

**Keyword : social media, democracy, participatory**

### ABSTRAK

Media sosial memberikan massa yang sebelumnya diam suara ekspresif dalam kemungkinan demokrasi partisipatif. Sebagian besar adalah kritik terhadap tulisan-tulisan Henry Jenkins, yang merupakan penganjur demokrasi partisipatif berbasis web. Jenkins diserang oleh Fuchs karena meminimalkan partisipasi pada nilai budayanya dan mengabaikan pentingnya kepemilikan dalam menentukan ruang lingkup dan cara partisipasi. Demokrasi yang benar-benar partisipatif juga harus menjadi demokrasi properti, seperti yang ditunjukkan oleh Fuchs. Budaya yang sepenuhnya partisipatif juga harus memiliki kesetaraan dalam kepemilikan sehingga setiap orang memiliki akses ke sarana dan visibilitas produksi dan distribusi budaya.

**Kata Kunci : media sosial, demokrasi, partisipatif**

### PENDAHULUAN

Orang-orang yang hidup dalam masyarakat informasi saat ini menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi komunikasi serta memikirkan bagaimana menyikapinya. Internet adalah salah satu hasil dari kemajuan teknis. Manusia sekarang memiliki akses ke alam semesta dan cara hidup baru berkat Internet. Orang yang dapat menggunakan internet secara efektif akan mendapatkan keuntungan dari kemudahan seperti akses informasi tanpa batas dan komunikasi yang mudah dengan kenalan dan orang asing. Selain itu, internet telah memunculkan media baru yang dapat digunakan masyarakat untuk menyampaikan informasi dan melakukan tugas media lainnya sebagai hasil dari konvergensi media. Sejarah media juga telah diubah oleh konvergensi media, Media sosial kini menjadi sumber utama penyebaran informasi selain media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Akibatnya, profesional media perlu mencari cara untuk mengeksplorasi media baru dalam banyak format ini untuk keuntungan terbaik mereka. Shirky dan Papacharissi memajukan media sosial sebagai alat ruang publik, sementara Morozov, Gladwell, dan

Dean, berpendapat bahwa "slacktivism" menggantikan tindakan politik "nyata", memperkuat status quo sambil memadamkan perasaan bersalah pribadi.

Manusia menggunakan lebih banyak indera untuk berkomunikasi satu sama lain sebelum munculnya internet. Manusia juga belajar, memperoleh informasi, mentransmisikan pengetahuan, dan memelihara kerabat melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain-lain, serta melalui cara yang lebih tradisional seperti telepon dan surat. Di era informasi, komunikasi, dan teknologi, hal ini tidak bisa sepenuhnya berlaku. Saat ini, teknologi mendominasi keberadaan manusia dan menggantikan beberapa alat dan makhluk hidup lainnya dalam interaksi sosial. Oleh karena itu, setiap orang harus dapat menggunakan teknologi secara mahir untuk mengakses media baru agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan sosial. Clay Shirky (2011a, 27) berpendapat bahwa media sosial menghasilkan "kabel kemanusiaan" dan membiarkan "kita memperlakukan waktu luang sebagai sumber daya global bersama, dan memungkinkan kita merancang jenis partisipasi dan bagian baru dengan memanfaatkan sumber daya itu"

Seberapa sering Anda membuka aplikasi media sosial, menggunakannya sebentar, bosan, lalu cepat-cepat beralih ke yang lain. Pertanyaan-pertanyaan ini dimaksudkan untuk menyoroti betapa sederhananya pemikiran kita ketika mempertimbangkan kontak kita yang sering dengan teknologi. Fuchs ingin audiensnya lebih jauh memahami motivasi di balik orang-orang yang menciptakan media dan cara mereka berfungsi sebagaimana adanya. Karena kita hidup dalam masyarakat kapitalis, mereka yang tidak mau kehilangan uang menguasai internet kita. Media sosial digambarkan kepada kami sebagai platform tempat pengguna dapat membagikan pendapat mereka dan bergabung dengan jaringan suara demokrasi.

Media massa dan model penyiaran khas surat kabar, radio, dan televisi, di mana ada satu pengirim dan banyak penerima, seringkali bertentangan dengan pendekatan budaya partisipatif. Beberapa akademisi berpendapat bahwa ketika audiens dan pengguna diberi alat untuk membuat budaya mereka sendiri daripada hanya mengkonsumsinya secara pasif dengan menonton atau mendengarkan, budaya dan masyarakat secara keseluruhan menjadi lebih demokratis. Bagi Jenkins, media sosial juga merupakan ekspresi budaya partisipatif. Jenkins mendefinisikan budaya partisipatif sebagai budaya "di mana penggemar dan konsumen lain diundang untuk berpartisipasi aktif dalam pembuatan dan sirkulasi konten baru"

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian ini mencoba mendeskripsikan, menjelaskan, dan memaparkan suatu fenomena dengan data pendukung yang diambil dari berbagai sumber dan diceritakan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Partisipasi melibatkan, bagi Jenkins, "bentuk partisipasi dan kolaborasi baru" (Jenkins 2008, 256). Jenkins menunjukkan, berdasarkan Pierre Lévy (1997), bahwa mereka yang terlibat dalam "budaya partisipatif" mengumpulkan sumber daya dan

menggabungkan keterampilan sehingga kecerdasan kolektif muncul sebagai "sumber alternatif kekuatan media" (Jenkins 2008, 4). Jenkins mendefinisikan partisipatif sebagai budaya dengan:

1. Hambatan yang relatif rendah untuk ekspresi artistik dan keterlibatan sipil,
2. Dukungan kuat untuk menciptakan dan berbagi kreasi dengan orang lain,
3. Beberapa jenis bimbingan informal di mana apa yang diketahui oleh yang paling berpengalaman diteruskan ke pemula,
4. Anggota yang percaya bahwa kontribusi mereka penting, dan
5. Anggota yang merasakan beberapa tingkat hubungan sosial satu sama lain (setidaknya, mereka peduli apa yang dipikirkan orang lain tentang apa yang telah mereka ciptakan). (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton dan Robison 2009, 5f).

Jadi jika komoditas dari platform Internet tersebut adalah data pengguna, maka proses pembuatan data ini harus dianggap sebagai tenaga kerja penghasil nilai. Artinya penggunaan internet jenis ini merupakan konsumsi produktif atau prosumsi dalam arti menciptakan nilai dan komoditas yang dijual. (Fuchs, 2014)

Jenkins berpendapat bahwa semakin "Web telah menjadi situs partisipasi konsumen" (Jenkins 2008, 137). Masalah konsep seperti "budaya partisipatif" adalah bahwa partisipasi adalah istilah ilmu politik yang sangat terkait dengan teori demokrasi partisipatif dan penulis seperti Crawford Macpherson (1973) dan Carole Pateman (1970). Sebuah artikel oleh Staughton Lynd (1965) yang menggambarkan model organisasi akar rumput dari *Students for a Democratic Society* (SDS) membuat penggunaan paling awal dari istilah "demokrasi partisipatif" yang dapat saya lacak dalam literatur. Seseorang harus menghindari penggunaan istilah "partisipasi" yang vulgar. Studi Internet harus menghubungkan penggunaan istilah tersebut dengan teori demokrasi partisipatif, di mana ia memiliki dimensi sebagai berikut (Fuchs 2011b, bab 7):

1. Semua ranah masyarakat.
2. Maksimalisasi kapasitas manusia (Macpherson (1973): kekuatan perkembangan manusia) sehingga manusia menjadi individu yang berpengetahuan luas.
3. Kekuatan ekstraktif sebagai penghambat demokrasi partisipatif: Macpherson (1973) berpendapat bahwa kapitalisme didasarkan pada eksploitasi kekuatan manusia yang membatasi perkembangan kapasitas manusia. Ekonomi modern "pada dasarnya memaksa transfer bersih yang berkelanjutan dari sebagian kekuatan beberapa orang kepada orang lain (untuk kepentingan dan kesenangan orang lain), sehingga mengurangi daripada memaksimalkan kebebasan individu yang setara untuk menggunakan dan mengembangkan kapasitas alami seseorang". (Macpherson 1973, 10f
4. Pengambilan keputusan partisipatif.

5. Ekonomi partisipatif: ekonomi partisipatif membutuhkan "perubahan dalam hal akses ke modal ke arah akses yang lebih hampir sama" (Macpherson 1973, 71) dan "perubahan ke akses yang lebih hampir sama ke sarana kerja" (73). Dalam masyarakat partisipatif, kekuatan ekstraktif dikurangi menjadi nol (74). Ekonomi demokratis melibatkan "demokratisasi struktur otoritas industri, menghapuskan perbedaan permanen antara 'manajer' dan 'laki-laki'" (Pateman 1970, 43).
6. Produktivitas teknologi sebagai bahan dasar pada demokrasi partisipatif.
7. Partisipasi sebagai pendidikan dalam partisipasi.
8. Partisipasi semu sebagai ideologi.

Bagi Jenkins, partisipasi berarti manusia bertemu di internet, membentuk kolektif, membuat, dan berbagi konten. Dia memiliki pemahaman budaya tentang partisipasi dan mengabaikan gagasan demokrasi partisipatif, istilah yang memiliki dimensi politik, ekonomi politik dan budaya. Definisi Jenkins dan penggunaan istilah "budaya partisipatif" mengabaikan aspek demokrasi partisipatif; Ini mengabaikan pertanyaan tentang kepemilikan platform / perusahaan, pengambilan keputusan kolektif, keuntungan, kelas dan distribusi manfaat material.

Adanya pendapat bahwa *item* budaya populer mana pun yang dianut seseorang kemudian menyelaraskannya dengan kepentingan politik yang diungkapkan dalam item tersebut. Fuchs menolak anggapan ini. Dia percaya bahwa penting apakah Anda secara aktif membuat diri Anda sadar akan fakta bahwa Anda terlibat dalam sesuatu yang politis. Misalnya, seseorang dapat menjadi penggemar lagu country tertentu dan belum tentu beranggapan sudut pandang politik artis yang menyanyikannya. "Sebagian besar intelektual mungkin menyukai beberapa jenis budaya populer, tetapi ada bedanya apakah seseorang melihat dan merayakan kesukaan ini sebagai tindakan perlawanan politik atau tidak,"

Contohnya Perkembangan teknologi telah merambah kehidupan umat manusia. Media sosial salah satunya yang semula hanya berfungsi sebagai alat eksistensi diri, kini merubah untuk mempengaruhi iklim politik suatu negara. Dalam demokrasi media termasuk pilar keempat karena dianggap lebih netral dan bebas dari unsur kekuasaan negara. Dengan adanya media sosial ini masyarakat semakin apresiatif dan aktif terkait isu-isu aktual yang terjadi, tentu hal ini bisa meningkatkan partisipasi masyarakat terkait dengan isu-isu publik

## KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial memberi orang *platform* untuk menjadi kreatif, dan ada beberapa karya kreatif spektakuler yang telah dihargai oleh jutaan orang secara online, alih-alih memberdayakan pencipta konten, adalah kekuatan yang memungkinkan komodifikasi "... perhatian pengguna, aktivitas, dan data yang mereka hasilkan. Pada dasarnya, setiap kali seseorang menyumbangkan sesuatu ke media sosial, mereka menciptakan produk yang dapat dijual kepada pengiklan. Ini adalah bentuk kerja secara digital, karena pembuat konten mengumpulkan manfaat dari memproduksi materi secara online sehingga mereka tidak dimodifikasi. Tetapi fakta

bahwa mereka menyukai kegiatan ini tidak membuat mereka kurang dieksploitasi. Budaya partisipatif memajukan keragaman budaya tetapi mengabaikan bahwa tidak semua suara memiliki kekuatan yang sama dan bahwa konten dan suara yang dihasilkan sering terpinggirkan karena visibilitas adalah sumber daya sentral dalam budaya kontemporer yang dapat dibeli oleh aktor kuat, seperti perusahaan media

Saran penggunaan media sosial sangat penting di era digitalisasi seperti sekarang ini, maka penggunaan dapat dimaksimalkan dengan kegiatan yang positif dalam mengakses sosial media di beragam aplikasi yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andiasari, T., & Lastariwati, B. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Makanan Siswa Entrepreneurship Di Smkn 4 Surakarta*, (1), 1–9.
- Arief, Yahya. (2015). Bandung Ditetapkan Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Indonesia, diakses pada tanggal 09 April 2020.
- Arikunto, S. (2010). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Graves, Philip. (2015). *Consumerology: Mitos Riset Pasar, Kebenaran tentang Konsumen, dan Psikologi Berbelanja*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Fuchs, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction*. London: SAGE Publications Ltd.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1 (1), 25.
- Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet 2017. APJII dan teknopreneur.
- Nafis, Ahmad Ghifary Rizalun. (2017). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra. Skripsi Ekonomi dan Bisnis.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Purbohastuti, A. . (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Putra, Mahardika. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Kominikasi Pemasaran. Skripsi Ekonomi.
- Shirky, Clay. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organization*. USA: Penguin Press.