



UNIVERSITAS INDONESIA

Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial
(Studi Kampanye Politik via *Facebook* Yuddy Chrisnandi sebagai Calon
Presiden Muda melalui Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Master

Kencana Ariestyani Suryadi
0706184802

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI POLITIK

JAKARTA
JULI 2009



UNIVERSITAS INDONESIA

Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial
(Studi Kampanye Politik via *Facebook* Yuddy Chrisnandi sebagai Calon Presiden
Muda melalui Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa)

TESIS

Kencana Ariestyani Suryadi
0706184802

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
PROGRAM PASCA SARJANA
JAKARTA
JULI 2009

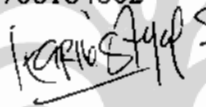
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kencana Ariestyani Suryadi

NPM : 0706184802

Tanda Tangan :



Tanggal : 6 Juli 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Kencana Ariestyani Suryadi
NPM : 0706184802
Program Studi : Manajemen Komunikasi Politik
Judul Tesis : Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial
(Studi Kampanye Politik via *Facebook* Yuddy Chrisnandi
sebagai Calon Presiden Muda Melalui Konvensi Nasional
Dewan Integritas Bangsa)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Manajemen Komunikasi Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Irwansyah, MA



Ketua Sidang : Dr. Pinckey Triputra, Msc



Penguji Ahli : Drs. Bestian Nainggolan, Msi



Sekretaris Sidang : Drs. Eduard Lukman, MA



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Juni 2009

KATA PENGANTAR / UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur, Alhamdulillah, saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Master Jurusan Manajemen Komunikasi Politik pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Staff pengajar di program studi Manajemen Komunikasi dan Manajemen Komunikasi Politik yang telah membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan;
2. Bapak Irwansyah, MA, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
3. Yuddy Chrisnandi yang bersedia menjadi subjek dalam penelitian ini dan memberikan informasi melalui wawancara dengan penulis;
4. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
5. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 6 Juli 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kencana Ariestyani Suryadi
NPM : 0706184802
Program Studi : Manajemen Komunikasi Politik
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial
(Studi Kampanye Politik via *Facebook* Yuddy Chrisnandi sebagai Calon
Presiden Muda melalui Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 6 Juli 2009
Yang menyatakan



(Kencana Ariestyani Suryadi)

ABSTRAK

Nama : Kencana Ariestyani Suryadi
Program Studi : Manajemen Komunikasi Politik
Judul : Komunikasi Politik Memanfaatkan Situs Jaringan Sosial
(Studi Kampanye Politik via *Facebook* Yuddy Chrisnandi
sebagai Calon Presiden Muda Melalui Konvensi Nasional
Dewan Integritas Bangsa)

Tesis ini membahas komunikasi politik memanfaatkan *Facebook* yang dilakukan calon presiden muda melalui konvensi nasional Dewan Integritas Bangsa, Yuddy Chrisnandi, dengan melihat strategi komunikasi politik Yuddy dalam *Facebook* dan optimalisasi *Facebook* sebagai medium kampanye politik. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi politik dalam *Facebook* lebih banyak berkaitan dengan metode penyusunan dan penyampaian pesan. Sedangkan fitur-fitur dalam *Facebook* belum sepenuhnya dioptimalkan oleh Yuddy sebagai medium kampanye politik.

Kata kunci:

Komunikasi Politik, Calon Presiden Muda, Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa, Situs Jaringan Sosial, *Facebook*.

ABSTRACT

Name : Kencana Ariestyani Suryadi
Study Program : Political Communication Management
Title : Political Communication using Social Networking Site
(Study of Political Campaign via *Facebook* of Yuddy
Chrisnandi as A Young President Candidate from National
Convention of "Dewan Integritas Bangsa")

The focus of this study is political communication using Facebook which is utilized by Yuddy Chrisnandi as a young president candidate from National Convention of "Dewan Integritas Bangsa". The purpose of this study is to understand how Yuddy Chrisnandi uses Facebook as medium for political campaign. This research is qualitative descriptive. The data were collected by means of deep interview with Yuddy Chrisnandi and observation to the substance of his Facebook. The researcher suggests that Yuddy Chrisnandi should improve his political communication strategy when communicate to the audiences through Facebook.

Key words:

Political communication, Young president candidate, National convention of "Dewan Integritas Bangsa", Social networking site, Facebook.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tokoh Muda Sebagai Calon Presiden	10
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Signifikansi Penelitian	17
1.4.1 Signifikansi Akademis.....	17
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	17
1.5 Keterbatasan Penelitian.....	17
2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	18
2.1 Komunikasi Politik dan Kampanye Politik.....	23
2.2 Fungsi dan Strategi Komunikasi Politik	23
2.3 Media dalam Komunikasi Politik.....	28
2.4 Komunikasi Politik Melalui <i>Computer Mediated Communication</i>	32
2.5 Optimalisasi <i>Facebook</i> sebagai Media Komunikasi Politik	40
3. METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Penelitian Kualitatif	50
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.3 Teknik Analisa Data.....	58
4. KOMUNIKASI POLITIK YUDDY CHRISNANDI MEMANFAATKAN FACEBOOK.....	60
4.1 Calon Presiden Muda dari Konvensi Nasional DIB	60
4.2 Analisis Strategi Komunikasi Politik dengan Situs Jaringan Sosial Berdasarkan Kategori Penelitian	64
4.3 Strategi Komunikasi Politik Yuddy Chrisnandi <i>via Facebook</i>	66
4.3.1 Optimalisasi Pemanfaatan <i>CMC</i>	66

4.3.1.1 <i>Facebook</i> sebagai bentuk <i>many-to-many communication</i>	66
4.3.1.2 Pesan Politik sebagai <i>Verbal Cues</i> dalam <i>Facebook</i> Yuddy Chrisnandi	68
4.3.1.3 Pemanfaatan <i>Extended Time</i> untuk Pengulangan Pesan Politik	70
4.3.1.4 <i>Selective self-presentation</i> yang dijalankan Yuddy Chrisnandi dalam <i>Facebook</i>	71
4.4 Optimalisasi Pengelolaan Pesan.....	73
4.4.1 <i>Redundancy</i> untuk Menanamkan Pesan Politik untuk Mempengaruhi Khalayak.....	73
4.4.2 Pengelolaan Pesan dalam <i>Facebook</i> yang Edukatif dan Informatif.....	76
4.5 Pemanfaatan Fitur-Fitur <i>Facebook</i> untuk Penyampaian Pesan Kampanye Politik.....	80
4.6 Interpretasi: Manfaat <i>Facebook</i> untuk Komunikasi Politik	96
5. KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis.....	103
DAFTAR REFERENSI	111
LAMPIRAN A: HASIL WAWANCARA DENGAN YUDDY.....	111
LAMPIRAN B: ISI FACEBOOK YUDDY CHRISNANDI.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Perbedaan struktur dan komunikasi antara Web 1.0 dan Web 2.0.....	34
Gambar 3.1: Triangulasi Teknik.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	7
Tabel 1.2: Perkembangan Jumlah Pelanggan dan Pemakai Internet	8
Tabel 1.3: Pertumbuhan Pengguna Internet dan Penetrasi Internet di ASIA.....	9
Tabel 2.1: Keunggulan dan Kelemahan Media Massa Sebagai media Komunikasi Politik.....	29
Tabel 2.5: Aktivitas Politik dan <i>Social Network</i> selama kampanye presiden.....	43



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang konektivitas yang berkembang memungkinkan setiap orang mengirimkan karya digital mereka ke manapun dengan biaya sangat rendah, sehingga orang lain pun bisa berbagi dan mengolahnya bersama kita. Hal ini bisa terjadi antara lain dengan munculnya internet sebagai alat konektivitas global yang murah, *World Wide Web* bisa menempatkan karya digital kita untuk diakses siapapun, maupun tersebarnya *Web browser* komersial yang dapat memanggil dokumen atau halaman *Web* yang tersimpan di *Website* serta menayangkannya di layar komputer dengan cara yang mudah bagi siapapun (Friedman, 2006).

Internet umumnya dihubungkan dengan media baru. Sebagai teknologi yang sering diilustrasikan dengan konvergensi, jaringan digital, akses global, interaktivitas dan *many-to-many communication*, dan sebagai bentuk media yang memungkinkan penggunaannya menjadi pembuat dan pengguna isinya, internet telah membuktikan adanya perbedaan teknologi cetak dan penyiaran dari era teknologi digital (Flew, 2005).

Morris dan Ogan (1996) menyatakan bahwa internet merupakan bentuk baru dari *mass medium* (Wood & Smith, 2005, hal. 40). Mereka menyatakan bahwa media massa tradisional seperti surat kabar dan televisi menunjukkan bahwa antara pembuat pesan dan khalayaknya digambarkan sebagai hubungan satu arah atau *one-to-many relationship*. Sebagai contoh, seorang *anchor* berita berbicara pada jutaan orang setiap malam pada acara berita malam. Namun, internet dapat dilihat sebagai sarana komunikasi *one-to-one* seperti dalam e-mail, *many-to-many*, dan *many-to-one* (Wood & Smith, 2005).

Newhagen dan Rafaeli (1996) mengidentifikasi karakteristik yang membedakan internet dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya (Wood & Smith, 2005, hal. 41). Karakteristik tersebut antara lain *multimedia* dan *interactivity*. Dalam *Wikipedia* dijelaskan bahwa multimedia adalah sebuah medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, *still image*, animasi,

video, dan bentuk konten interaktif. Karakteristik multimedia hanya bekerja dalam satu bentuk komunikasi internet yakni *World Wide Web*. *World Wide Web* memfasilitasi pesan dalam bentuk teks, gambar, animasi dan suara (Wood & Smith, 2005, hal. 41). Sedangkan dalam konteks internet dan *World Wide Web*, *interactivity* memungkinkan seseorang untuk membuat pesan mereka sendiri, mempublikasikan konten mereka, atau terlibat dalam interaksi online (Pavlik, 1996, hal. 137). Karakteristik *interactivity* yang terdapat dalam internet memungkinkan untuk berinteraksi diantara para komunikatornya. Ketika kita bertukar pesan lewat e-mail dengan siapapun, maka kita sudah menyadari bahwa komunikasi dua arah bisa terjadi lewat internet (Wood & Smith, 2005, hal. 42).

Internet merupakan terobosan revolusioner karena merupakan “perkawinan” dari media cetak, audio, dan video yang menawarkan komunikasi dua arah. Menurut Margolis, Resnick, dan Tu (1997), fitur lain sehingga internet disebut revolusioner yakni sedikitnya kontrol informasi atau *gatekeeping* yang merupakan karakteristik media cetak tradisional dan media penyiaran (Tedesco, 2004, hal. 510). Dengan demikian internet bisa dikatakan merupakan media yang tak dapat dikendalikan siapapun, termasuk pemerintah yang paling berkuasa.

Kehadiran internet secara cepat mengubah cara seseorang, organisasi, institusi politik, dan pemerintah dalam berkomunikasi dan berdiskusi mengenai informasi dan tanggungjawab politik. Hal itu karena jaringan komunikasi internet menawarkan pada siapapun akses tanpa batas dan menyediakan fasilitas untuk menyuarakan agenda politik mereka pada masyarakat global (Tedesco, 2004). Sehingga tukar-menukar ide dan gagasan tentang kehidupan politik dapat dengan mudah dilakukan. Transfer data dan informasi yang tadinya dilakukan melalui jalur distribusi fisik seperti pos telah menjadi usang dengan adanya internet. Kehadiran internet jelas telah merevolusi cara berinteraksi dan berpolitik.

Di China, Jepang, dan Korea, internet berperan dalam proses demokrasiya. Di China, internet menjadi kendaraan politik pemerintah China dimana 80% departemennya harus memiliki *website* sebagai bagian dari “*Government Online Project*”. Sementara partai-partai politik di Jepang mengeksploitasi internet sebagai sarana baru untuk berkomunikasi dimana pada pemilu legislatif tahun 1995, 40 dari 242 politikus Jepang membuat *website*

kampanye. Sedangkan di Korea, internet berperan dalam pemilu Presiden tahun 2002 dimana pendukung kandidat Presiden Roh Moo-hyun yang tergabung dalam kelompok “Rohsamo” menggunakan internet untuk menyebarkan dan berdiskusi mengenai informasi politik.¹

Sementara itu Whillock (1997) menyebutkan bahwa Kampanye Bill Clinton pada tahun 1992 menjadi kampanye politik pertama yang menyebarkan teks pidatonya lewat internet (Tedesco, 2004, hal. 513). Seperti yang diakui Hacker (1996) manajemen Clinton-Gore adalah yang pertama menggunakan internet untuk mengenalkan demokratisasi elektronik (Tedesco, 2004, hal. 513). Manajemen Clinton mulai menyebarkan pers rilis dan informasi lewat internet pada 20 Januari 1993. Pada tahun 1996 rangkaian pemilihan politik, semua kandidat presidensial, kandidat parlemen Amerika, lebih dari 1500 pemerintahan dari beragam tingkat, dan banyak kelompok kepentingan terlibat “kehadiran” online (Tedesco, 2004).

Internet juga digunakan oleh partai-partai politik di Jerman. Partai-partai penting di Jerman memiliki *website* seperti lima partai politik berikut: *Social Democratic Party* atau SPD (www.spd.de) diluncurkan pada 19 Agustus 1995, *Christian Democratic Union* atau CDU (www.cdu.de) diluncurkan pada 17 Oktober 1995, *The Greens* atau *Bündnis 90/Die Grünen* (www.gruene.de) diluncurkan pada 29 November 1996, *Free Democratic Party* atau FDP (www.liberales.de/www.fdp.de) yang diluncurkan pada 4 Desember 1995, dan *Party of Democratic Socialism* atau PDS (www.pds-online.deca) diluncurkan pada April 1998 (Zimmermann, 2002).

Sementara pada tahun 2006, tercatat sejumlah kandidat parlemen Amerika melakukan sebuah kampanye lewat *website* yakni 85 persen dari mereka calon anggota senat dan 79 persen calon anggota *house of representative* memiliki “kehadiran” online. Istri mantan Presiden Bill Clinton merupakan salah satu kandidat yang memanfaatkan internet dalam kampanyenya. Saat meminta dukungan untuk memenangkan partainya pada kampanye Presiden dan mengajak warga Amerika untuk terlibat dalam diskusi politik di internet, Hillary Clinton

¹ Materi Kuliah Perspektif dan Teori Komunikasi Massa. *The Influence of the Internet on Politics*. Dipresentasikan oleh Irwansyah, MA pada 6 Desember 2007.

mengklaim bahwa internet adalah sarana yang penting untuk komunikasi politik (Ward & Cahill, n.d).

Selain berkampanye dengan memanfaatkan *website*, para kandidat juga bisa memanfaatkan *social network site*² atau situs jaringan sosial untuk berkampanye. *Chief Privacy Officer and Head of Global Public Policy, Facebook*, Chris Kelly menjelaskan bahwa terlibat dalam politik merupakan salah satu bentuk paling awal dari "*social network*". Menurut Chris Kelly, teknologi baru ini "*social technologies*" (teknologi sosial) seperti *Facebook* menunjukkan bahwa seseorang tidak hanya mudah terhubung dengan politik tapi juga secara langsung mempengaruhi dunia mereka. Orang-orang yang terlibat dalam politik, seperti kampanye, mulai menyadari potensi dan mulai mencari cara untuk menggunakan sarana baru yang efektif ini. Teknologi-teknologi ini memusatkan perhatian media *mainstream* pada pemilihan tahun 2004 dan 2006, serta memiliki efek langsung pada perilaku memilih. *Facebook, YouTube*, dan *MySpace* merupakan sarana baru untuk meraih partisipasi politik dimana mereka berinteraksi dengan rekan-rekan mereka dan cara ini lebih efisien.

MySpace memiliki lebih dari 7400 kelompok diskusi yang berkaitan dengan politik. Para Kandidat seperti mantan kandidat presiden dari Partai Demokrat Wesley Clark, kandidat senator Partai Demokrat untuk Nevada, Jack Carter, dan Senator Arizona dari Partai Republik, John McCain adalah contoh kandidat yang membuat profilnya di *MySpace* (Groos, 2006).

Selain tiga kandidat tersebut, tim khusus kampanye dunia maya yang dibentuk Presiden Barack Obama (*Triple O* alias *Obama's Online Operation*) juga melakukan gerilya ke beberapa jaringan sosial seperti *Facebook, MySpace, Twitter* dan *My.BarackObama.com*, bahkan ke jaringan sosial yang spesifik untuk komunitas Asia, Hispanik, dan Afro-Amerika, yaitu *AsianAve, Migente*, dan *Black Planet* (Darmawan, 2008). Hingga Juli 2008, kampanye online Obama mampu mengumpulkan lebih dari 200 juta dolar Amerika, atau sekitar Rp 1,9 triliun (Darmawan, 2008).

² *Social Network Site* adalah sejenis perangkat lunak berbasis web yang memungkinkan pengguna internet saling berhubungan satu sama lain.
<http://www.hdn.or.id/index.php/artikel/2008/online-social-networking-sebagai-salah-s-2009>

Sementara dalam artikelnya jurnalis senior, Lee Han Shih (2008), menuliskan bahwa *Facebook* memfasilitasi para pendukung Obama untuk menggerakkan massa untuk mendukung Obama. Seperti yang dilakukan salah satu pendukung Obama, Farouk Olu Aregbe. Pada tahun 2007, pemimpin pelajar kulit hitam di University of Missouri ini membentuk grup di *Facebook* yang dinamakan "*One Million Strong for Obama*". Melalui *Facebook*, Aregbe mengundang teman-temannya untuk bergabung dengan grup tersebut. Teman-teman Aregbe juga mengajak temannya untuk bergabung dalam grup tersebut hingga anggotanya terus bertambah. Dalam satu jam, Aregbe berhasil mengumpulkan seratus anggota. Dalam lima hari, jumlahnya bertambah hingga sepuluh ribu orang. Sedangkan dalam satu bulan pertama, jumlah anggotanya mendekati 300.000 orang dari seluruh Amerika Serikat. Grup "*One Million Strong for Obama*" merupakan kelompok kunci atau utama dalam kampanye Obama (Lee Han Shih, 2008).

Berkembangnya grup "*One Million Strong for Obama*" ini dibantu dengan adanya kemudahan dalam *Facebook* yakni ketika anggota *Facebook* memposting sesuatu, bergabung dengan sebuah grup, atau mencoba aplikasi baru, jaringan sosial mereka mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan ketika mereka tertarik untuk turut bergabung prosesnya menjadi mudah (Levy & Sifry, 2007).

Kampanye lewat situs jaringan sosial yang dilakukan Presiden Obama seperti ini merupakan salah satu model kampanye yang bisa ditiru politikus di Indonesia. Di Indonesia, internet berperan dalam proses reformasi tahun 1998 yang melengserkan Presiden Soeharto. Sentot E. Baskoro (1998) dalam artikelnya, *Peranan Internet dalam Reformasi Indonesia*, mengatakan bahwa para reformis saling berbagi informasi tentang protes maupun demonstrasi yang ada melalui e-mail, menyebarkan dugaan dan bukti korupsi Presiden Soeharto di berbagai *newsgroup*, dan menggunakan fasilitas *chat* untuk saling bertukar cara menghindari tentara.³

³ http://www.bloggaul.com/leo_transparancy/readblog/73678/peranan-internet-dalam-reformasi-indonesia (diakses pada 12 Maret 2009, 12:19 WIB)

Internet pun menjadi media yang paling efektif dalam gerakan reformasi tahun 1998. Menurut Sulfikar Amir dalam artikel *Demokrasi dan Teknologi*, berita-berita politik dapat disebar tanpa adanya hambatan dari penguasa dan aksi-aksi demokrasi dapat terkonsolidasi dengan mudah lewat penggunaan internet khususnya pengiriman surat melalui *e-mail*. Masih menurut Sulfikar, para pendukung gerakan reformasi mendapat *feedback* yang cepat melalui internet. Merlyna Lim melihat bagaimana internet digunakan sebagai salah satu strategi mobilisasi. Sehingga dengan cara itu perlawanan terhadap pemerintah Soeharto menyebar luas dan menjadi milik umum.

Sedangkan pada tahun 2004 para kandidat calon presiden memanfaatkan internet sebagai salah satu media untuk berkampanye. Salah satunya adalah Amien Rais yang meluncurkan *website* pribadi secara resmi pada 9 April 2000 (*Kompas edisi 28 Februari 2004*). Fokus *website* tersebut adalah untuk pemenangan Amien Rais sebagai presiden dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 2004. Calon presiden lain yang memanfaatkan jaringan Internet untuk sarana kampanye pemenangan pemilunya adalah Ketua Dewan Syuro Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Abdurrahman Wahid. *Website* resmi (www.dpp-pkb.or.id) yang digarap serius sejak tahun 2002 ini menampilkan sosok Gus Dur, panggilan akrab Abdurrahman Wahid, secara lebih intens dan menyeluruh.

Tidak hanya sejumlah calon presiden yang ramai-ramai memanfaatkan jaringan Internet untuk melakukan kampanye dan pendekatan kepada calon pemilih. Sejumlah partai politik peserta Pemilu 2004 juga menggunakan media yang dapat diakses sepanjang hari ini sebagai medium. Akhir tahun 2003 Partai Golongan Karya (Golkar) meluncurkan *website* (www.golkar.or.id) resmi mereka yang, tentu saja, dominan dengan warna kuning. Langkah memanfaatkan jaringan Internet juga dilakukan partai politik lain. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memanfaatkan *mailing list* (milis) untuk berkomunikasi dan menyosialisasikan kegiatan dan program partai.

Menjelang Pemilu 2009 banyak politikus yang selain membuat situs resmi dan *blog*, juga memiliki akun di situs jaringan sosial seperti *Facebook*, *Friendster*, *MySpace* atau *Multipliy*. Ketua Umum Partai Amanat Nasional, Soetrisno Bachir, selain memiliki situs *web* pribadi (soetrisnobachir.com) juga memiliki akun di

situs jaringan sosial *Facebook* dan *Friendster*. Politikus Rizal Mallarangeng yang sempat mencalonkan diri sebagai Presiden 2009 tercatat memiliki akun di empat situs jaringan sosial *Facebook*, *Friendster*, *MySpace*, dan *Multiply* serta punya situs *web* pribadi (RM09.com). Calon presiden 2009, Sutiyoso hanya membuat situs *web* pribadi (Bangyos.com). Sedangkan Prabowo Subianto yang diusung Partai Gerindra sebagai calon presiden 2009 memiliki situs *web* pribadi (Prabowosubianto.net) dan akun di *Facebook*. Hal yang sama juga dilakukan politikus Akbar Tandjung yang membuat situs *web* pribadi Bangakbar.com dan Caleg 2009, Nurul Arifin yang membikin situs *web* pribadi Nurularifin.com (Koran Tempo, 31 Oktober 2008). *Facebook* juga dilirik mantan Presiden Megawati Soekarnoputri yang kembali mencalonkan diri maupun Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang akan mempertahankan kursinya.

Saat ini, internet sebagai salah satu sarana komunikasi sedang banyak dimanfaatkan semua kalangan tidak terkecuali para politikus. Terlebih lagi pengguna internet di Indonesia semakin bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari *United Nations Departement of Economic and Social Affairs*, jumlah pengguna internet di Indonesia sejak tahun 2000 hingga 2008 mengalami peningkatan yakni dari 2 juta pengguna menjadi 25 juta pengguna dengan penetrasi 10,5 persen pada 2008. Seperti yang terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1: Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna	Populasi	% Penetrasi	GDP p.c.*	Sumber
2000	2,000,000	206,264,595	1.0 %	US\$ 570	ITU
2007	20,000,000	224,481,720	8.9 %	US\$ 1,280	ITU
2008	25,000,000	237,512,355	10.5 %	US\$ 1,925	APJII

Sumber: <http://internetworldstats.com/stats3.htm>

Sementara perkiraan resmi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap jumlah pelanggan dan pemakai internet selama ini dan perkiraan sampai akhir tahun 2006 adalah sesuai dengan tabel berikut ini:

Tabel 1.2: Perkembangan Jumlah Pelanggan & Pemakai Internet (kumulatif)

* perkiraan s/d akhir 2007

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005	1.500.000	16.000.000
2006	1.700.000	20.000.000
2007	2.000.000	25.000.000

Sumber: <http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=ind>

Dalam perkembangan lain, pemerintah dalam hal ini Departemen Komunikasi dan Informatika dan *Investor Group Againsts Digital Divide* (IGADD) bekerjasama mendukung percepatan penetrasi *broadband* atau akses internet pita lebar di Indonesia, sehingga 20 persen individu atau sekitar 50 juta orang, dan juga institusi dapat memanfaatkan konektivitas internet berkecepatan tinggi pada 2012.

Saat ini penetrasi pengguna internet (10,5 persen dari jumlah pengguna internet) di Indonesia berada di urutan tujuh belas setelah Mongolia diantara Negara-negara di Asia. Penetrasi internet urutan pertama berada di Korea Selatan dengan tingkat penetrasi internet 76,1% dari jumlah pengguna internet sebanyak 36.794.800 orang. Informasi lebih lengkap mengenai pertumbuhan pengguna internet dan penetrasinya dari tahun 2000 hingga 2008 di 35 negara di Asia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3: Pertumbuhan Pengguna Internet dan Penetrasi Internet di ASIA

ASIA INTERNET USAGE AND POPULATION						
ASIA	Population (2008 Est.)	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	User Growth (2000- 2008)	Users (% in Asia
Afganistan	32,738,376	1,000	500,000	1.5 %	49,900.0 %	0.1 %
Armenia	2,968,586	30,000	172,800	5.8 %	476.0 %	0.0 %
Azerbaijan	8,177,717	12,000	1,500,000	18.3 %	12,400.0 %	0.2 %
Bangladesh	154,037,902	100,000	500,000	0.3 %	400.0 %	0.1 %
Bhutan	682,321	500	40,000	5.9 %	7,900.0 %	0.0 %
Brunei	381,371	30,000	176,029	46.2 %	486.8 %	0.0 %
Darussalem						
Cambodia	14,241,640	6,000	70,000	0.5 %	1,066.7 %	0.0 %
China	1,330,044,605	22,500,000	298,000,000	22.4 %	1,224.4 %	45.8 %
Georgia	4,630,841	20,000	360,000	7.8 %	1,700.0 %	0.1 %
Hong Kong	7,018,636	2,283,000	4,878,713	69.5 %	113.7 %	0.8 %
India	1,147,995,898	5,000,000	81,000,000	7.1 %	1,520.0 %	12.5 %
Indonesia	237,512,355	2,000,000	25,000,000	10.5 %	1,150.0 %	3.8 %
Japan	127,288,419	47,080,000	94,000,000	73.8 %	99.7 %	14.5 %
Kazakhstan	15,340,533	70,000	1,900,600	12.4 %	2,615.1 %	0.3 %
Korea, North	22,565,347	--	--	--	--	0.0 %
Korea, South	48,379,392	19,040,000	36,794,800	76.1 %	93.3 %	5.7 %
Kyrgystan	5,356,869	51,600	750,000	14.0 %	1,353.5 %	0.1 %
Laos	6,677,534	6,000	100,000	1.5 %	1,566.7 %	0.0 %
Macao	545,674	60,000	238,000	43.6 %	296.7 %	0.0 %
Malaysia	25,274,133	3,700,000	15,868,000	62.8 %	328.9 %	2.4 %
Maldives	385,925	6,000	33,000	8.6 %	450.0 %	0.0 %
Mongolia	2,996,081	30,000	320,000	10.7 %	966.7 %	0.0 %
Myanmar	47,758,181	1,000	40,000	0.1 %	3,900.0 %	0.0 %
Nepal	28,196,960	50,000	397,500	1.4 %	695.0 %	0.1 %
Pakistan	172,800,051	133,900	17,500,000	10.1 %	12,969.5 %	2.7 %
Philippines	96,061,683	2,000,000	14,000,000	14.6 %	600.0 %	2.2 %
Singapore	4,608,167	1,200,000	3,104,900	67.4 %	158.7 %	0.5 %
Sri Lanka	21,128,773	121,500	771,700	3.7 %	535.1 %	0.1 %
Taiwan	22,920,946	6,260,000	15,140,000	66.1 %	141.9 %	2.3 %
Tajikistan	7,211,884	2,000	484,200	6.7 %	24,110.0 %	0.1 %
Thailand	65,493,298	2,300,000	13,416,000	20.5 %	483.3 %	2.1 %
Timor-Leste	1,108,777	-	1,200	0.1 %	0.0 %	0.0 %
Turkmenistan	4,829,332	2,000	70,000	1.4 %	3,400.0 %	0.0 %
Uzbekistan	27,345,026	7,500	2,400,000	8.8 %	31,900.0 %	0.4 %
Vietnam	86,116,559	200,000	20,834,401	24.2 %	10,317.2 %	3.2 %
TOTAL ASIA	3,780,819,792	114,304,000	650,361,843	17.2 %	469.0 %	100.0 %

Sumber: <http://internetworldstats.com/stats3.htm>

Keterangan: 1.Data disusun berdasarkan abjad nama negara. 2.Data ini diperbarui pada 31 Desember 2008. 3.Jumlah populasi berdasarkan data dari biro sensus. 4.Usage number berasal dari beragam sumber terpercaya, terutama dari data yang dipublikasikan oleh Nielsen/NetRatings,

International Telecommunication Union (ITU) dan sumber terpercaya lainnya.

Universitas Indonesia

Lomunikasi politik..., Kencana Ariestyani Suryadi, FISIP UI, 2009.

1.2 Tokoh Muda sebagai Calon Presiden

Menoleh sedikit ke belakang, sejarah mencatat setiap era di negeri ini selalu menampilkan tokoh muda yang membawa perubahan di eranya masing-masing (*Sinar Harapan*, 4 Agustus 2008). Misalnya saja, duet Soekarno-Hatta dengan usia muda 44 dan 43 tahun menjadi proklamator kemerdekaan RI dan kemudian diangkat sebagai presiden dan wakil presiden RI. Begitu juga di era orde baru, Soeharto tampil menggantikan Soekarno dengan usia muda sebagai pemimpin nasional.

Belum lama ini, sejarah dunia juga mencatat bahwa kerja keras telah mengantarkan seorang yang terbilang masih muda, Barack Obama, menuju kursi Presiden Amerika Serikat. Perjuangan Obama dalam pemilu presiden Amerika menyedot perhatian publik. Penyampaian visi dan gagasan pembangunan bangsa yang dilakukan Obama saat berkampanye berhasil memikat masyarakat Amerika Serikat, bahkan masyarakat dunia (*Suara Merdeka*, 18 Agustus 2008).

Barack Hussein Obama Jr lahir di Honolulu, Hawaii, Amerika Serikat, pada tanggal 4 Agustus 1961 (Saragih, 2009). Dalam bukunya, Simon Saragih menjelaskan bahwa awal karier politik Obama ada di Springfield, ibukota Illinois, yang dimulai ketika ia tiba di sana pada Januari 1997 sebagai pendatang baru. Springfield adalah juga tempat Obama pertama kali menyatakan pencalonan diri sebagai bakal calon presiden Amerika Serikat pada 9 Februari 2007 (Saragih, 2009, hal. 55).

Barack Obama terbukti telah menyemangati kaum muda di Indonesia. Setidaknya ada tiga alasan ringan kehadiran Obama memberi inspirasi dan motivasi bagi generasi pemimpin muda di negeri ini yang mengusung visi perubahan bagi Indonesia (Ja'far & Ahmadi, 2008). Mereka menyebutkan tiga alasan tersebut, pertama Obama simbol regenerasi politik dan representasi pemimpin generasi muda, kedua Obama hadir dengan harapan baru yang artinya membawa visi perubahan, ketiga semata-mata karena soal momentum. Sebelum Obama terpilih menjadi presiden Amerika Serikat pada tahun 2008, Dmitry Medvedev terpilih menjadi presiden Rusia dalam usia yang relatif muda, 42 tahun (Ja'far & Ahmadi, 2008, hal. 7).

Fenomena daya tarik sekaligus pengaruh pemimpin muda, seperti Obama dan Medvedev, yang menyemangati kaum muda di Indonesia terlihat pada Pemilu 2009 yang disemarakkan oleh kaum muda baik sebagai calon legislator maupun calon presiden. Khusus untuk konteks pemilihan presiden (Pilpres), setidaknya ada empat tokoh muda yang sempat menyatakan diri siap menjadi presiden pada Pilpres 2009. Mereka adalah Rizal Mallarangeng, Ketua Gerakan Nasional Calon Independen, Fadjoel Rachman, dan Anggota DPR dari Fraksi Golkar, Yuddy Chrisnandi.

Diantara para tokoh politik senior, nama Rizal Mallarangeng tiba-tiba muncul dan berniat untuk menjadi kandidat presiden pada pemilihan presiden 2009. Iklan-iklan Rizal mulai gencar disiarkan berbagai media, terutama televisi. Rizal bukanlah wajah baru di dalam kancah perpolitikan di Indonesia, pria berusia 44 tahun ini lebih banyak berkiprah sebagai pemikir dan pengamat politik. Pada Juli 2008, Rizal menyatakan bahwa dirinya akan maju sebagai capres dari jalur independen pada ajang Pilpres 2009, kendati tidak menutup kemungkinan akan melalui partai politik. Dalam situs pribadi Rizal (<http://www.rm09.com>), ia mengemukakan alasan bahwa menyatakan diri sebagai capres karena ingin membuka peluang dan wacana baru tentang kepemimpinan kaum muda. Menurut Rizal, sudah saatnya generasi baru kepemimpinan di Indonesia turut serta dalam penentuan kehidupan bersama pada tingkat politik yang tertinggi. Sejak menyatakan diri akan maju dalam pilpres 2009, Rizal menjalankan serangkaian metode kampanye untuk meyakinkan publik dan mencari dukungan masyarakat akan perlunya kandidat presiden dari generasi baru. Beragam cara yang dilakukan Rizal yakni beriklan di televisi nasional, Koran dan Majalah, berdialog di radio dan televisi. Selain itu, Rizal juga melakukannya dengan terlibat di berbagai forum diskusi. Rizal juga memanfaatkan situs jaringan sosial seperti *Facebook* dan *YouTube*. Setelah beberapa bulan mencoba meyakinkan publik dan mencari dukungan masyarakat, Rizal menguji dan menilainya dengan melakukan survei akademik. Ternyata, dalam dua kali survei nasional, dukungan yang diperoleh Rizal belum cukup untuk mencapai momentum yang diinginkannya. Hasil survei menunjukkan bahwa jarak dukungan yang mampu diperoleh Rizal masih sangat jauh tertinggal dibanding dua tokoh politik senior yakni mantan Presiden

Megawati Soekarnoputri dan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Ditambah lagi dengan persyaratan peroleh dukungan 25% suara nasional atau 20% kursi di DPR dari partai politik pendukung untuk dapat menjadi capres, Rizal merasa semua pintu sudah tertutup. Karena itu, pada November 2008, Rizal menyatakan mundur dari bursa capres untuk Pilpres 2009 (Nugroho, 2008).

Setelah Rizal menyatakan diri akan maju sebagai capres 2009, mantan aktivis era 90-an M. Fadjroel Rachman juga mencalonkan diri sebagai capres 2009 dari jalur independen. Bagi Ketua Gerakan Nasional Calon Independen, Fadjroel, hal terpenting dari tekadnya maju dari jalur independen adalah untuk memacu kalangan muda mencalonkan diri sebagai presiden dan wakil presiden pada Pilpres 2009. Menurut Fadjroel, tokoh-tokoh dunia yang mampu membawa bangsanya menjadi besar berasal dari kalangan muda yang memiliki energi dan semangat tinggi, serta bertindak cepat saat merespon persoalan bangsa. Fadjroel menyebutkan sejumlah mantan Presiden yang menjabat pada usia muda seperti Soekarno berusia 44 tahun, Soeharto berusia 45 tahun, Bill Clinton dan Barack Obama masing-masing berusia 44 tahun (kompas.com, 25 Juli 2008). Setelah menyatakan diri siap maju sebagai capres, Fadjroel mulai menggalang dukungan melalui "kampanye warung Tegal, murah dan kenyang". Kampanye yang dimaksud adalah menyebarkan ide dan gagasan perubahan melalui jaringan internet gratis seperti situs jaringan sosial *YouTube*, *Facebook*, dan *Friendster* (Kompas.com, 22 Juli 2008). Karena berniat maju dari jalur independen, maka pencalonan Fadjroel sebagai presiden harus menunggu keputusan *judicial review* oleh Mahkamah Konstitusi (MK). Pada September 2008, Fadjroel bersama dua pemohon lainnya yakni Direktur Eksekutif Jurnal Perempuan, Mariana Amirudin, dan aktivis Pemuda Muhammadiyah dari Riau, Bob Febrian, mengajukan uji materi terhadap Undang-Undang (UU) No. 23 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (UU Pilpres) ke MK. Namun, pada sidang paripurna yang berlangsung 29 Oktober 2008 DPR mengesahkan UU Pilpres terbaru yakni UU No. 42 tahun 2008 (hukumonline.com, 30 Oktober 2008). Sehingga objek permohonan uji materi yang diajukan Fadjroel berubah. Pada Desember 2008, melalui kuasa hukumnya, Fadjroel mengajukan uji materi sejumlah pasal dalam UU No. 42 tahun 2008. Setelah melewati rangkaian proses

di MK, akhirnya pada Februari 2009, MK memutuskan menolak permohonan uji materi tersebut. Dengan putusan tersebut maka peluang capres independen untuk bertarung pada Pilpres sudah tertutup (Kompas.com, 17 Februari 2009).

Setelah Rizal Mallarangeng dan M. Fadjoel Rachman, anggota DPR RI dari Fraksi Golkar, Yuddy Chrisnandi juga menyatakan diri siap maju sebagai capres pada Pilpres 2009. Sebelum mencalonkan diri sebagai Presiden, Yuddy Chrisnandi adalah calon anggota legislatif dari Partai Golkar daerah pemilihan VIII Jawa Barat untuk periode 2009-2014. Namun Yuddy mengundurkan diri dari pencalonan tersebut pada 3 September 2008 karena alasan kecewa terhadap pengurus DPP Golkar yang dianggapnya tidak konsisten dan kurang keadilan serta tidak lagi obyektif pada kadernya. Lima hari kemudian, Yuddy menyerahkan surat pengunduran dirinya sebagai caleg Golkar periode 2009-2014 ke Komisi Pemilihan Umum yang diterima langsung oleh ketua KPU, Abdul Hafiz Anshary.

Setelah mengundurkan diri, Yuddy maju sebagai capres melalui Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa (DIB). DIB merupakan gabungan delapan organisasi kepemudaan dan kemasyarakatan yang dideklarasikan pada 6 Agustus 2008, para pemimpin delapan organisasi tersebut menjadi anggota tim 8⁴ DIB. Harian Fajar online menyebutkan kedelapan organisasi tersebut adalah Pimpinan Pusat Muhammadiyah, DPP Gerakan Muda Buddhis Indonesia (Gemabudhi), Generasi Muda Konghucu (Gemaku), DPP Gerakan Angkatan Muda Kristen Indonesia (Gamki), Pemuda Katolik, DPN Perhimpunan Hindu Indonesia (Peradah), PP IPNU, dan Komunitas Tionghoa Antikorupsi (Komtak).

Konvensi nasional DIB putaran pertama dilaksanakan di Yogyakarta, 10 Januari 2009 dengan menghadirkan empat orang tokoh yang merupakan kandidat calon presiden yakni Bambang Soelistomo, Rizal Ramli, Marwah Daud Ibrahim, dan Yuddy Chrisnandi. Ketua Tim 45 DIB, Sholahudin Wahid dalam wawancara dengan portal berita inilah.com mengatakan, *"konvensi nasional DIB bertujuan mencari capres alternatif yang akan dilakukan di 12 kota di tanah air, dalam konvensi nasional ini ada penilaian terhadap para capres. Perwakilan*

⁴ Tim 8 adalah tim pendiri dan pelaksana dari DIB yang kemudian menunjuk Tim 45 sebagai konseptor atas langkah-langkah DIB dalam Pemilu 2009. Dikutip dari: <http://nasional.kompas.com/read/xml/2009/03/07/22505697/Tim.8.Dewan.Integritas.Bangsa.Akan.Turuti.Keputusan.Tim.45> (diakses pada 13 Maret 2009, 10:29 WIB).

masyarakat diberi semacam angket untuk menentukan siapa calon yang dianggap paling baik dan berhak dipilih". Masih menurut Sholahudin, dalam konvensi nasional tersebut para calon juga diminta menyampaikan visi strategis Indonesia 2009-2014 dan prioritas utama yang akan dikerjakan serta solusi yang akan dilakukan.

Selain di Yogyakarta, konvensi nasional DIB putaran selanjutnya berlangsung di Surabaya (13 Januari 2009), Bali (17 Januari 2009), Bandung (24 Januari 2009), Medan (31 Januari 2009), Banjarmasin (7 Februari 2009), Makassar (14 Februari 2009), Manado (16 Februari 2009), Ambon (21 Februari 2009), Jayapura (28 Februari 2009), Palembang (3 Maret 2009) dan konvensi DIB putaran akhir di Jakarta (7 Maret 2009).

Dalam wawancara dengan portal berita *vivanews.com*, salah satu peserta konvensi nasional DIB, Yuddy Chrisnandi mengaku mengikuti konvensi tersebut karena sudah terlanjur menjadi ikon presiden kaum muda dan ia tidak ingin mengecewakan golongan yang sudah terlanjur menggantungkan harapan padanya. Sementara itu, terpilihnya Yuddy Chrisnandi sebagai salah satu tokoh muda yang mendapatkan PKS Award sebagai Pemimpin Muda Nasional seolah menguatkan ikon dirinya sebagai presiden muda. Menurut Ketua Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Mahfudz Siddik, pemimpin muda nasional versi PKS didasarkan atas tiga kriteria yakni integritas, kredibilitas, dan umur maksimal 50 tahun.

Keseriusan politikus Partai Golkar ini maju sebagai capres dari konvensi nasional DIB didasarkan atas keyakinan bahwa tokoh-tokoh yang muncul saat ini tidak akan mampu menyelesaikan persoalan bangsa yang semakin kompleks. Dalam diskusi bertajuk "*Calon Alternatif Pemilu 2009*" di Gedung DPR RI, Senayan, Jakarta, pada 25 Juli 2008, Yuddy pun berjanji akan membawa Indonesia menjadi Negara yang dihormati. Anggota Komisi I DPR RI ini juga menilai bahwa syarat calon presiden harus berpengalaman adalah suatu hal yang naif karena semua presiden yang ada berawal dari tanpa pengalaman.

1.3 Perumusan Masalah

Berbeda dengan era Soekarno-Hatta atau Soeharto, para tokoh muda ini berada di era internet yang bisa memudahkan komunikasi politik mereka. Sebagai politikus muda, Fadjroel Rachman memanfaatkan situs jaringan sosial seperti *Facebook*, *MySpace*, *Multiplay* dan *Friendster* untuk menggalang dukungan. Fadjroel menilai internet adalah wahana yang murah dan efektif untuk berkampanye. Hal serupa juga dilakukan Rizal Mallarangeng dan Yuddy Chrisnandi.

Selain murah dan efektif, internet dimanfaatkan oleh kaum muda untuk mencari informasi politik. Rycroft (2007) dalam penelitiannya mengenai Kaum Muda dan Ruang Publik Virtual menyimpulkan bahwa kaum dewasa muda mengikuti berita dari media massa tapi juga mengunjungi banyak situs online terpercaya untuk mencari informasi tambahan, menentukan sikap politik, terlibat dalam percakapan politik dan mengatur tindakan politik mereka yang semuanya dilakukan bersama teman, kolega, dan orang asing dari budaya dan bangsa yang berbeda (Rycroft, 2007). Penelitian terhadap kaum dewasa muda dan media yang dilakukan *Pew Research Center* (2004) menunjukkan bahwa medium utama setelah televisi yang digunakan kalangan dewasa muda untuk mendapatkan berita adalah internet (Rycroft, 2007). Dalam survei dua tahunan yang dilakukan *Pew Research Center* menunjukkan bahwa 82 persen kelompok usia 18 hingga 29 tahun di Amerika mengakses internet, dan 36 persen diantaranya mencari berita online sebanyak tiga hari atau lebih dalam satu minggu (Rycroft, 2007, hal. 9).

Internet, menurut Cangara, diharapkan dapat memfasilitasi penyebaran informasi publik dan politik di banyak Negara, termasuk menyuarakan hak-hak dan keinginan kaum minoritas yang termarginalkan, pada saat media massa tradisional banyak dikontrol dan dikuasi oleh pemerintah (2009, hal.394). Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, muncul generasi baru *Web 2.0* yang dapat memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi, disebut dengan *Computer Mediated Communication (CMC)*. Dengan *CMC*, penggunaannya bisa mengirimkan, menyebarkan, atau menerima pesan-pesan yang dikirim dari

satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke satu orang, dari satu orang ke satu kelompok, atau dari satu kelompok ke kelompok lain (Jenghoon Lee, 2006).

Salah satu bentuk *CMC* adalah situs jaringan sosial yang akhir-akhir ini dimanfaatkan oleh banyak politikus untuk kampanye politik. Karakter situs jaringan sosial yang memungkinkan setiap orang dalam suatu kelompok dapat terhubung satu sama lain memudahkan komunikasi antara kandidat dan publik atau pendukungnya. Salah satu bentuk situs jaringan sosial yang banyak digunakan untuk menjalin hubungan dengan publik dan meraih dukungan yakni *Facebook*. Setiap kandidat bisa mensosialisasikan ide, gagasan, visi atau misi politiknya di dalam *Facebook*. Informasi-informasi politik tersebut bisa dibaca dan direspon langsung oleh khalayak yang terhubung dengan kandidat dalam *Facebook*.

Kampanye politik merupakan bentuk dari komunikasi politik seorang politikus. Karena itu, masing-masing kandidat harus memiliki strategi komunikasi politik yang jitu untuk meraih dukungan pemilih.

Berangkat dari rumusan tersebut, penelitian ini mencoba menganalisis pertanyaan berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik, khususnya di dalam *Facebook* yang dijalankan Yuddy Chrisnandi sebagai capres dari konvensi nasional DIB?
2. Bagaimana optimalisasi *Facebook* sebagai medium kampanye politik sehingga mampu meraih dukungan bagi Yuddy Chrisnandi?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara rinci strategi komunikasi politik yang dilakukan Yuddy lewat *Facebook* sebagai calon presiden melalui konvensi nasional DIB. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan cara Yuddy Chrisnandi selaku calon presiden muda memaksimalkan *Facebook* sebagai medium kampanye politik. Artinya, akan tergambar seperti apa optimalisasi *Facebook* sebagai medium kampanye politik.

1.5 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan memperkaya khasanah kajian strategi komunikasi politik di Indonesia berkaitan dengan topik *New Media* sebagai media kampanye politik yang digunakan oleh calon presiden. Penelitian ini, diharapkan mampu memberikan pemahaman secara baik tentang strategi komunikasi politik, khususnya dalam kampanye politik seorang calon presiden yang memanfaatkan situs jaringan sosial, *Facebook*. Termasuk pula, optimalisasi *Facebook* oleh kandidat yang pada akhirnya bisa membantu kandidat atau calon presiden dalam mendapatkan dukungan yang akan menghadapi pemilu yang akan datang.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk mengetahui strategi kampanye calon presiden dan menjadikannya bahan untuk memformulasikan kampanye calon presiden, khususnya lewat medium situs jaringan sosial pada pemilu yang akan datang. Bagi masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *new media literacy* bagi para pengguna internet. Dalam hal ini, pembaca lebih dapat memahami interaksi dalam komunikasi politik antara kandidat dengan publik melalui komunikasi berbasis internet.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada situasi sosial kampanye politik yang terjadi pada ajang konvensi nasional Dewan Integritas Bangsa dalam menjaring capres. Sehingga penulis menyadari bahwa yang saat ini diteliti, beberapa tahun kemudian mungkin tidak lagi sesuai dengan situasi sosial yang akan datang. Terlebih perkembangan teknologi internet bisa berubah begitu cepat. Selain itu, penelitian ini juga untuk mendeskripsikan fungsi komunikasi politik apa yang dilakukan oleh kandidat atau calon presiden.

BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi Politik dan Kampanye Politik

Banyak pakar komunikasi yang mencoba untuk mendefinisikan komunikasi politik. Menurut Michael Schudson, komunikasi politik itu: *"any transmission of messages that has, or is intended to have, an effect on the distribution or use of power in society or on attitude toward the use of power"* (Malik, 1999). Komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang memiliki, atau yang direncanakan untuk memiliki, efek dalam penyebaran atau penggunaan kekuasaan dalam masyarakat atau sikap terhadap penggunaan kekuasaan.

Sementara McNair (2003) mendefinisikan komunikasi politik *"purposeful communication about politics"* yang cakupannya adalah: (1) Segala bentuk komunikasi yang dimulai oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk tujuan mencapai/meraih maksud tertentu. (2) Komunikasi disampaikan *kepada* aktor-aktor politik ini oleh non-politisi seperti pemilih dan kolumnis surat kabar. (3) Komunikasi *mengenai* para aktor politik dan aktivitas mereka, seperti yang tertuang dalam berita, editorial, dan bentuk lain dari diskusi media mengenai politik (McNair, 2003).

Dengan kata lain, Komunikasi politik adalah proses interaktif mengenai penyebaran informasi diantara para politisi, news media, dan publik (Norris, 2004). Proses tersebut bekerja dari atas ke bawah yakni dari institusi pemerintahan ke warga Negara, secara horizontal dalam menghubungkan para aktor politik, dan juga bekerja dari bawah ke atas yakni dari opini publik ke para penguasa (Norris, 2004).

Secara operasional, khususnya dalam terminologi demokrasi, komunikasi politik seringkali diartikan sebagai mekanisme komunikasi antara aktor politik (komunikator) untuk memperoleh dukungan politik (komunikan) melalui cara tatap muka (*face-to-face communication*). Karena itu, komunikasi politik mencerminkan adanya interaksi yang terus menerus antar elit politik dan masyarakat dengan maksud agar aspirasi masyarakat dapat diartikulasikan

sehingga para aktor politik itu sendiri dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara memperjuangkan aspirasinya (Muhtadi, 2008, hal. 10).

Ryfe (2001) dalam jurnalnya yang berjudul *History and Political Communication: An Introduction*, menuliskan, studi sejarah pada komunikasi politik telah dikenali sebagai bidang studi sejak awal tahun 1970 sebagai suatu kreasi dari divisi komunikasi politik di dalam *International Communication Association (ICA)* dan diikuti oleh *American Politician Science Association (APSA)* (hal. 408).

Dalam komunikasi politik, ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam prosesnya. Pertama, komunikator dalam komunikasi politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindak komunikasi (Muhtadi, 2008, hal. 31). Menurut Nimmo (1978) ada tiga kategori komunikator politik yakni politisi bertindak sebagai komunikator, para professional sebagai komunikator politik, dan aktivis.

1. Politisi sebagai komunikator

Seseorang yang terlibat atau bekerja di lingkungan *public office* harus dan melakukan komunikasi mengenai politik. Mereka disebut sebagai politisi baik mereka dipilih, ditunjuk atau merupakan jabatan karir yang bekerja di lembaga eksekutif, legislatif, atau yudikatif. Profesi mereka adalah politik, dan bertindak sebagai komunikator politik adalah karakteristik dari aktivitas politik (Nimmo, 1978).

2. Para professional sebagai Komunikator Politik

Para professional ini mencakup jurnalis dan *promoters*. Sebagai komunikator professional, jurnalis adalah pekerja pada organisasi berita yang menghubungkan sumber berita dan publik. Sedangkan *promoters* adalah mereka yang menyampaikan kepentingan dari klien-klien tertentu. Mereka yang termasuk dalam *promoters* adalah agen publisitas dari tokoh publik terkenal, *personel public relation* atau dari organisasi publik, pejabat informasi publik pemerintah, sekretariat biro media massa kepresidenan, personil iklan dari suatu perusahaan, manajer kampanye dan publisitas dari kandidat politik, ahli spesial (juru kamera, produser dan

sutradara film, dan pelatih pidato) yang bekerja atas nama kandidat politik dan figur-figur publik lainnya, asisten administrasi para anggota parlemen, dan lain-lain (Nimmo, 1978).

3. Aktivistis sebagai Komunikator Politik

Ada dua kategori aktivis sebagai komunikator politik yakni juru bicara dari kelompok kepentingan dan *opinion leader*. Juru bicara terlibat dalam politik dan komunikasi disebut sebagai aktivis politik dan semiprofessional dalam komunikasi politik. Mereka yang termasuk dalam juru bicara adalah lobbyist, pemimpin organisasi utama (seperti George Meany dari *American Federation of Labor* atau mantan presiden *United Auto Workers*, Leonard Woodcock), pendiri dan pemimpin gerakan sosial seperti Martin Luther King, dan para pemberontak lain dengan atau tanpa alasan. Sedangkan mereka yang disebut *opinion leader* adalah seseorang yang dimintai nasihat atau petunjuk dan informasi mengenai politik. Hal itu mengacu pada banyaknya masyarakat bahwa dalam mengambil keputusan politik (seperti memilih kandidat) mereka mencari dan meminta nasihat atau petunjuk pada seseorang yang mereka hormati, baik untuk menentukan apa yang harus mereka lakukan ataupun sekedar menguatkan keputusan yang sudah dibuat (Nimmo, 1978).

Komponen penting lain yang terlibat dalam komunikasi politik yakni khalayak komunikasi politik, yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Sebab, seperti konsep umum yang berlaku dalam komunikasi, ketika penerima itu memberikan *feedback* dalam sesuatu proses komunikasi politik, ada pada saat ia meneruskan pesan-pesan itu kepada khalayak lain dalam kesempatan komunikasi yang berbeda, maka pada saat itu peran penerima telah berubah menjadi sumber atau komunikator. Khalayak komunikasi politik dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya (Muhtadi, 2008, hal. 33).

Sedangkan komponen ketiga dalam komunikasi politik adalah saluran-saluran komunikasi politik, yakni setiap pihak atau unsur yang memungkinkan

sampainya pesan-pesan politik. Unsur yang tidak kalah pentingnya dalam proses penyampaian pesan-pesan politik adalah media massa. Media massa tersebut mencakup media massa cetak dan elektronik (Muhtadi, 2008, hal. 34). Selain itu, dalam komunikasi politik terdapat unsur pesan politik yakni pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik (Cangara, 2009, hal. 37). Misalnya, pidato politik, pernyataan politik, artikel atau isi buku/brosur dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik.

Sementara itu, mengacu pada definisi komunikasi politik yang diungkapkan McNair di atas, bahwa komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang dimulai oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk tujuan mencapai atau meraih maksud tertentu, salah satu bentuknya adalah pemenangan pemilu. Dalam pemenangan pemilu, ada kampanye partai politik yang mengusung kandidat pilihannya ataupun kampanye politik si kandidat, dimana kampanye itu sendiri harus didukung oleh massa simpatisan. Massa pendukung dan warga negara yang mempunyai hak pilih tentu akan menggunakan hak-hak politiknya. Dengan begitu demokrasi akan terpelihara karena adanya partisipasi warga negara yang aktif dalam kehidupan politik dan peduli terhadap masalah-masalah kewarganegaraan negara.

Kampanye politik adalah kegiatan individual atau kelompok untuk mempengaruhi orang lain agar mau memberikan dukungan (dalam bentuk suara) kepada mereka dalam suatu pemilihan umum (pemilu) (Imawan, 1997). Kampanye berusaha membentuk tingkah laku kolektif (*collective behaviour*) agar masyarakat lebih mudah digerakan untuk mencapai suatu tujuan, yakni memenangkan pemilu (Imawan, 1997, hal. 143).

Menurut Nimmo (1970), kampanye politik merupakan salah satu cara dalam menjaring pemilih dengan menggunakan komunikasi persuasif (Watik, 2005). Kampanye politik itu merupakan komunikasi yang menempati area diantara tujuan atau aspirasi kandidat dan perilaku pemilih. Komunikasi berada di antara tujuan para kandidat dan perilaku pemilihnya dalam rangka menjembatani berbagai impian atau harapan pemilih agar dapat seiring dengan langkah

kandidatnya. Kampanye politik di mulai ketika komunikasi menjadi jembatan penyambung antara impian pemilih dan sepak terjang kandidat (Nimmo, 1970).

Sementara menurut Venus (2004), *Candidate-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik. Karena itu jenis kampanye ini dapat pula disebut sebagai *political campaigns* (kampanye politik). Tujuannya antara lain adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang diajukan partai politik agar dapat menduduki jabatan-jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan umum (Venus, 2004, hal. 11). Dalam kampanye politik yang merupakan rangkaian pertukaran yang panjang dan terkadang emosional dan melibatkan proses komunikasi, *voting* atau memilih adalah salah satu tujuan akhirnya (Nimmo, 1978).

Kampanye politik menjadi bagian penting dalam suatu pemilu baik pemilihan kepala daerah, pemilu legislatif, maupun pemilihan presiden (pilpres). Hal itu terlihat dari beberapa penelitian yang meneliti dan membahas mengenai strategi kampanye pemilihan presiden dan pemilu legislatif tahun 2004. Setidaknya ada tiga penelitian yang ditemukan penulis terkait strategi kampanye politik dan kemenangan pemilu. Penelitian yang dilakukan Usman Abdhali Watik (2005) dalam tesisnya, "*Strategi Kampanye Politik Untuk Jabatan Calon Presiden RI Dari Partai Amanat Nasional (Kampanye Amien Rais Dalam Pilpres 2004)*", membahas aspek strategi kampanye yang menjadi faktor penentu keberhasilannya seperti kompetensi dan citra kandidat, tim kampanye yang handal, dan pemanfaatan media massa. Menurut Watik (2005), ia menggunakan penelitian kualitatif karena ingin mendapatkan gambaran komprehensif mengenai strategi kampanye Amien rais. Sedangkan metode penelitiannya menggunakan metode penelitian studi kasus, karena pembahasannya lebih lengkap dan menyeluruh serta memiliki limitasi wilayah penelitian, sehingga memudahkan dalam pengumpulan data (Watik, 2005).

Penelitian lain terkait strategi kampanye politik saat pilpres dilakukan oleh Nur Budi Hariyanto dalam tesisnya "*Strategi Kampanye Dalam Pemilihan Presiden Langsung: Studi Kasus Strategi Dan Manajemen Kampanye Susilo Bambang Yudhoyono Dalam Pemilu 2004*". Penelitian tersebut membahas

bagaimana strategi komunikasi politik Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) terutama strategi dan manajemen tim kampanye SBY dalam pilpres 2004 dengan tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) secara umum dan menganalisis secara evaluative struktur dan kerja tim sukses SBY (Hariyanto, 2005). Hasil penelitian, yang dilakukan dengan pendekatan metodologi kualitatif dan analisis deskriptif dan evaluatif, tersebut menunjukkan bahwa strategi kampanye politik SBY cukup efektif dan optimal untuk memenangkan pilpres 2004.

Sedangkan Yuni Dyawati Azlina (2005) juga melakukan penelitian terkait strategi kampanye politik dalam tesisnya, "*Strategi Pemenangan Pemilu Partai Politik (Kasus Kemenangan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Pemilu Legislatif 2004 di Jakarta)*". Dengan menggunakan pendekatan metodologi penelitian kualitatif dan metode penelitian studi kasus, penelitian tersebut merumuskan masalah dalam tiga bagian yakni bagaimana strategi kampanye yang diterapkan Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PKS DKI Jakarta, bagaimana peranan pemimpin partai dalam kemenangan pemilu 2004, dan faktor-faktor pendukung lain yang menyebabkan PKS menang dalam pemilu 2004 di Jakarta.

2.2 Fungsi dan Strategi Komunikasi Politik

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu (Cangara, 2009). Komunikasi sebagai disiplin ilmu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam bukunya *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, Cangara (2009) menjelaskan bahwa komunikasi politik diantaranya berfungsi untuk (hal. 40):

1. Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
2. Melakukan sosialisasi tentang kebijakan, program, dan tujuan lembaga politik.
3. Memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris, dan para pendukung partai.

4. Menjadi platform yang bisa menampung ide-ide masyarakat sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik.
5. Meningkatkan aktivitas politik masyarakat melalui siaran berita, agenda setting, maupun komentar-komentar politik.

Sementara itu, berhasil-tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi baik secara makro maupun secara mikro mempunyai fungsi ganda (Effendy, 2002). Pertama, menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Kedua, menjembatani kesenjangan budaya akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Sedangkan dalam komunikasi politik hakikat strategi, menurut Arifin (2003), adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan (Ardial, 2009, hal. 73). Selanjutnya, Ardial menjelaskan strategi komunikasi politik yang harus dijalankan oleh komunikator politik, diantaranya adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dengan khalayak (rakyat) dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang *homofilis*. Suasana *homofilis* yang harus diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), persamaan kepentingan dengan khalayak, terutama mengenai pesan politik, metode dan media politik.

a. Memahami Khalayak

Komponen psikologis yang harus dikenal pada diri khalayak yang berkaitan dengan politik adalah keyakinan, kepentingan, dan motivasi khalayak, baik yang bersifat politik maupun nonpolitik (Ardial, 2009, hal. 85). Diantara semua komponen tersebut yang kuat pengaruhnya pada diri khalayak adalah keyakinan atau ideologi termasuk agama dan tradisi. Menurut Ardial, beberapa hasil studi menunjukkan bahwa para pemilih memberikan suaranya kepada partai atau kandidat yang sesuai dengan

ideologi politiknya. Oleh karena itu harus dibuat peta tentang ideologi, agama, dan tradisi setiap individu atau pola yang ada dalam masyarakat.

Selain itu, kebutuhan dan motivasi individu-individu yang akan menjadi khalayak politik harus juga dikenali, diketahui, dan dipahami yang terdiri atas (1) pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, (2) kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan, (3) pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan (Ardial, 2009, hal. 85).

b. Menyusun Pesan Persuasif

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan politik yang bersifat persuasif ialah menentukan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah harus mampu membangkitkan perhatian, selain keinginan khalayak untuk menyaksikan politikus yang akan menyajikan pesan-pesan politik tersebut. Arifin (2003) menjelaskan syarat-syarat berhasilnya pesan menurut Wilbur Shramm yaitu (1) pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian khalayak, (2) pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang sudah dikenal oleh komunikator dan khalayak sehingga kedua pengertian itu bertemu, (3) pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan agar cara-cara tersebut tepat mencapai kebutuhan itu, (4) pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi khalayak (Ardial, 2009, hal. 89).

Pesan politik hanya akan menarik perhatian selama ia memberikan harapan atau hasil yang kuat relevansinya dengan persoalan kebutuhan (*needs*) yakni kebutuhan pribadi (*personal needs*) dan kelompok (*social needs*) (Ardial, 2009, hal. 85).

c. Menetapkan Metode

Langkah strategis selanjutnya adalah memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik yang sesuai (Ardial, 2009, hal. 91). Menurut Arifin (2003), ada beberapa metode komunikasi yang dapat dipilih sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak yaitu (Ardial, 2009):

- *Redundancy*

Dapat diartikan sebagai upaya mempengaruhi dengan jalan mengulang-ulang pesan politik kepada khalayak. Manfaatnya adalah khalayak akan lebih memperhatikan pesan dan tidak mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan secara berulang-ulang (Ardial, 2009, hal. 92).

- *Canalizing*

Maksudnya, komunikator politik menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada khalayak. Proses *canalizing* ialah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi politik haruslah dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat (Ardial, 2009, hal. 92).

- *Informative*

Metode komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam komunikasi politik adalah metode informatif yaitu bentuk isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan. Artinya, menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta, data, dan pendapat yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Penerangan mempunyai fungsi (1) memberikan informasi tentang fakta semata-mata, juga fakta yang bersifat kontroversial, atau (2) memberikan informasi atau menuntun khalayak ke arah pendapat tertentu (Ardial, 2009, hal. 93).

- *Persuasive*

Metode lain yang sangat penting dalam komunikasi politik adalah metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Metode persuasif ini merupakan satu cara untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan tidak memberi kesempatan untuk berpikir kritis, bahkan kalau perlu khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar (*suggestive*). Dengan metode persuasif ini, kesan politik itu akan selalu berisi, selain fakta dan pendapat juga dapat non-fakta dan bentuk pernyataannya dapat berubah menjadi propaganda, agitasi, dan sebagainya. Hal ini sering disebut sebagai persuasif negatif (Ardial, 2009, hal. 94).

- *Educative*

Dikenal juga metode edukatif sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta, dan pengalaman. Metode ini dapat disebut juga metode mendidik yang memberikan gagasan kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Metode edukatif ini diharapkan akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak (Ardial, 2009, hal. 94).

- *Cursive*

Metode kursif berarti mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Dalam hal ini, khalayak dipaksa, tanpa perlu berpikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan yang dilontarkan. Pesan dari komunikator politik memuat, selain pendapat dan pengalaman, juga berisi ancaman. Metode kursif ini biasanya dimanifestasikan ke dalam bentuk peraturan, perintah, dan intimidasi yang untuk pelaksanaannya didukung oleh kekuatan cukup tangguh (Ardial, 2009, hal. 94).

Dalam strategi komunikasi politik, memilah dan memilih metode yang tepat sangat tergantung pada kondisi dan situasi khalayak. Pada dasarnya, semua metode penyampaian atau cara mempengaruhi orang lain itu masing-masing dapat digunakan dan dapat menciptakan efektivitas sesuai dengan kondisi khalayak.

d. Memilah dan Memilih Media

Penggunaan medium (tunggal) atau media (jamak) dalam komunikasi politik, perlu dipilah dan dipilih dengan cermat agar sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak, dengan memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara dan bangsa. Untuk berkomunikasi jarak jauh dengan orang banyak (massa), diperlukan media massa (elektronik dan cetak) atau media interaktif (internet). Penggunaan salah satu di antara semua media yang tersedia itu sangat tergantung pada kebutuhan atau kemampuan khalayak menerima dan mencerna pesan-pesan politik yang akan disampaikan. Jadi, seleksi media didasarkan pada kemampuan, kebutuhan, kepentingan serta lokasi khalayak yang dijadikan sasaran komunikasi politik (Ardial, 2009, hal. 95).

2.3 Media dalam Komunikasi Politik

Seperti bentuk-bentuk komunikasi yang lain, komunikasi politik berlangsung sebagai suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berasal dari sumber (selaku pihak yang memprakarsai komunikasi) kepada khalayak, dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Nasution, 1989, hal. 42). Untuk menyampaikan pesan dan gagasan politik diperlukan media komunikasi politik yang sesuai kondisi dan situasi khalayak dalam menerima dan mencerna pesan dan gagasan politik yang disampaikan.

Politik saat ini telah berada dalam era mediasi (*politics in the age of mediation*) melalui media massa. Menurut Hamad (2004), saat ini hampir

mustahil kehidupan politik dipisahkan dari media massa (Hariyanto, 2005, hal. 22). Dalam era mediasi, menurut McNair (1995, hal. 2), fungsi media massa dalam komunikasi politik bisa menjadi penyampai (*transmitters*) pesan-pesan politik dari pihak luar dirinya, sekaligus menjadi pengirim (*senders*) pesan politik yang dikonstruksikan para wartawan kepada khalayak (Hariyanto, 2005, hal 22)

Media memiliki peran besar terhadap seorang kadidat dalam melakukan suatu kampanye politik. Setiap media yang digunakan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing seperti yang tercantum dalam tabel berikut (Ardial, 2009, hal. 95):

Tabel 2.1: Keunggulan dan Kelemahan media massa sebagai media komunikasi politik

MEDIA	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
RADIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki sifat persuasif yang tinggi dan mampu menciptakan keakraban dengan khalayak (Ardial, 2009). 2. Kecepatan dalam penyebaran atau penyiaran berita (Doob dalam Ardial, 2009, hal. 96). 3. Radio tidak mengenal rintangan geografis sehingga berita atau informasi melalui radio dapat diterima dimana saja (Ardial, 2009). Sangat cocok untuk masyarakat dengan mobilitas tinggi (Simmons, 1990). 4. Dapat menjangkau target khalayak tertentu (Simmons, 1990). Radio dapat diterima oleh khalayak yang berpendidikan tinggi maupun berpendidikan rendah dan meliputi seluruh lapisan masyarakat (Ardial, 2009). 5. Bisa mencakup area lokal (Simmons, 1990). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Isi siaran hanya dapat didengar sekali saja (Ardial, 2009). 2. Siaran radio terikat oleh waktu karena sekali pesan itu disampaikan berarti sudah lepas dari sumbernya dan tidak dapat dikoreksi lagi serta mempunyai waktu siaran tertentu (Ardial, 2009). 3. Banyak stasiun radio membagi khalayak dalam setiap satu pangsa pasar saja (Simmons, 1990).

<p>SURAT KABAR DAN MAJALAH</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggugah dan menyentuh emosi dan sentimen khalayak, surat kabar dan majalah bersifat sederhana dan tidak terlalu mengikat khalayak dalam penerapannya (Ardial, 2009). 2. Relatif lebih mampu menyampaikan materi yang panjang dan masalah yang kompleks. Dengan demikian menghendaki kondisi intelegensia tertentu dan kemampuan membaca dari khalayak (Ardial, 2009). 3. Memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memilih materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya (Doob dan Berelson dalam Ardial, 2009, hal. 97). 4. Pembaca dapat membaca berulang-ulang kapan saja (Ardial, 2009). 5. Surat kabar dan majalah tidak terikat oleh waktu dalam menemui khalayaknya (Ardial, 2009). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya dapat dibaca dan tidak memiliki aspek bunyi suara manusia seperti radio, sehingga kurang persuasif dan aspek hiburannya amat lemah (Ardial, 2009). 2. Surat kabar dan majalah hanya dapat disimak oleh khalayak yang berpendidikan dan yang memiliki kebiasaan membaca (<i>reading ability</i>) yang tinggi (Ardial, 2009).
<p>TELEVISI</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat menyentuh khalayak sebanyak mungkin dengan daya persuasif yang tinggi (Ardial, 2009). 2. Mempunyai daya tarik yang kuat karena merupakan perpaduan dari unsur kata-kata, musik, <i>sound effect</i>, dan visual (Ardial, 2009). 3. Bisa menjangkau pangsa pasar tertentu dan pangsa pasar umum (Simmons, 1990). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisi membutuhkan perhatian penuh dari pihak penonton. Perhatian yang tidak dapat dibagi-bagi seperti dalam siaran radio (Ardial, 2009). 2. Isi siaran hanya dapat ditonton sekali saja (Ardial, 2009).
<p>INTERNET</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemampuan untuk menembus batas wilayah, ruang dan waktu (Cangara, 2009). 2. Memperluas akses memperoleh informasi global (Cangara, 2009). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi sebagai sarana untuk aktivitas kriminal, terorisme, dan kekerasan (Cangara, 2009).

	<p>3. Meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas (Cangara, 2009).</p> <p>4. Mengancam tatanan yang telah mapan, seperti pemerintahan otokrasi (Cangara, 2009).</p> <p>5. Memiliki kecepatan pengembangan dan penyebaran yang sulit diatasi (Cangara, 2009).</p>	
--	---	--

Sumber: Ardial (2009), Cangara (2009), dan Simmons (1990)

Di Indonesia, menurut Ardial (2009), media massa pada awalnya tidak dikendalikan oleh penguasa (1945-1958), kemudian dikontrol ketat (1959-1966), dikontrol agak longgar (1967-1998), dan sejak tahun 1999 media massa memperoleh kebebasannya dari kendali dan kontrol Negara (penguasa), sehingga kritik dan koreksi kepada pemerintah sudah dapat dijalankan sebagaimana di negara demokrasi liberal. Artinya, media massa di Indonesia kini sedang dikontrol oleh rakyat, terutama oleh para pemilik modal. Akhirnya, seleksi dan penggunaan media politik hanya dapat dilakukan terhadap media yang dapat dikendalikan atau dikontrol oleh para politikus (Ardial, 2009, hal. 99). Menurut Ardial, media yang dimaksud adalah yang bukan melembaga seperti media massa, yaitu media format kecil, seperti brosur, pamflet, poster, selebaran, spanduk, dan baliho. Demikian juga, media interaktif (internet) atau *cyber media* dapat dikontrol oleh politikus meskipun tidak sepenuhnya, karena melalui internet terjadi komunikasi interaktif jarak jauh secara pribadi maupun massal.

Kehadiran internet telah membawa suatu harapan baru dalam penegakan demokrasi terutama di Negara-negara yang dipandang kurang bebas dan tidak bebas. Internet diharapkan memfasilitasi penyebarluasan informasi publik dan politik di banyak Negara, termasuk menjadi jembatan untuk kelompok oposisi dan minoritas yang dimarginalkan untuk menyuarakan keinginan dan hak-haknya, pada saat media massa seperti radio, surat kabar dan televisi banyak dikontrol dan dikuasai oleh para penguasa pemerintah (Cangara, 2009, hal. 394).

2.4 Komunikasi Politik Melalui *Computer Mediated Communication*

Satu dekade yang lalu, Blumler dan Kavanagh (1999) menyadari suatu kemunculan, "*third age of political communication*" dimana media cetak dan penyiaran akan kehilangan tempatnya sebagai saluran utama komunikasi politik pada era baru melimpahnya informasi (Ward dan Cahill, n.d, hal. 3). Ketika Blumler dan Kavanagh (1999) menulis bahwa "ide, informasi, dan berita politik dapat disebarakan melalui komputer", mereka berpikir mengenai "*Internet Web*" dan teknologi komunikasi dengan kapasitas untuk arus informasi dua arah yang memungkinkan pengguna untuk mencari jenis berita tertentu (Ward & Cahill, n.d, hal. 3).

Menurut Schoeder (2004), internet adalah sebuah ruang publik dimana orang-orang menggunakannya untuk membaca dan mengekspresikan opini-opini politik mereka (Irwansyah, 2007). Karena itu, internet menghubungkan politisi, partisan partai-partai politik, aktivis, dan organisasi-organisasi non partai.

Sejarah internet berawal dari sebuah sistem yang dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat yang dinamakan ARPANET. Pada awal tahun 1970an, Departemen Pertahanan Amerika Serikat mengkhawatirkan jaringan komputernya terhadap serangan nuklir. Konsekuensinya, ahli komputer disana menyebarkan keseluruhan sistem dengan menciptakan *interconnected web* dari jaringan-jaringan komputer. Setiap komputer dapat saling "berkomunikasi". Informasi dibundel dalam sebuah paket, dinamakan *Internet Protocol packet*, yang berisi alamat tujuan dari komputer yang dituju (Dominick, 2009, hal. 278).

Dominick (2009) menjelaskan ada tiga bentuk pengembangan dari internet (hal. 278). Pertama, *World Wide Web* yang dikembangkan pada tahun 1990, para ahli di Switzerland bekerja di sebuah laboratorium fisika untuk menciptakan rangkaian komputer yang saling terhubung dengan internet yang menggunakan program komunikasi yang sama. *World Wide Web* merupakan pengembangan yang paling baru dan menarik dalam internet (Auter, 1996, hal. 133). Dalam *World Wide Web* bisa digunakan banyak grafis, menambahkan teks, suara, dan visual bergerak. Sementara menurut Richard (1995), *web* dapat dideskripsikan sebagai "seperangkat *protocol* dan standar-standar yang digunakan untuk

mengakses informasi yang tersedia di internet...(yang) medium fisiknya digunakan untuk memindahkan data” (Mirabito & Morgenstern, 2004, hal. 233)

Sedangkan pengembangan kedua dari internet memudahkan penggunaannya untuk menemukan apa yang mereka cari di *Web* (Dominick, 2009, hal. 278). Hal ini terjadi pada tahun 1993 dengan diciptakannya *browser*, dinamakan *Mosaic*, yang dapat menyimpan data, menentukan data seperti apa yang diinginkan, dan mengatur data yang akan ditampilkan. Pada tahun 1994, salah satu pengembang *Mosaic* membentuk sebuah perusahaan komersial yang akhirnya dinamakan *Netscape*. Lima tahun kemudian, *Microsoft* juga memperkenalkan *browser* mereka yang dinamakan *Internet Explorer*. Perkembangan ketiga dari internet yakni *search engine*, sebuah layanan atau fasilitas yang mencari secara cepat di internet kata-kata yang dipilih oleh pengguna internet dan kemudian menampilkan hasilnya sesuai kriteria yang dipilih pengguna internet. Menurut Dominick (2009), *search engine* yang paling dikenal pengguna internet adalah *Google* dan *Yahoo!* (hal.278).

Secara fungsional internet merupakan media pertukaran informasi yang tidak berbeda fungsinya dari telepon, koran, dan faksimil. Tetapi internet memiliki empat karakteristik yang membuatnya menjadi superior dibanding media komunikasi lainnya (Amir, n.d). Pertama adalah biaya penggunaan yang relatif murah. Kedua adalah sifatnya yang *real time*. Ketiga adalah sifatnya yang *borderless*. Tidak ada sekat-sekat ruang di media ini yang memungkinkan setiap orang dapat saling terkoneksi dengan baik. Keempat, internet menyediakan ruang-ruang publik yang tidak dapat ditembus oleh otoritas penguasa (Amir, n.d). Internet dan *World Wide Web* menjanjikan akses universal terhadap data yang tidak terhitung banyaknya, pengetahuan, dan hiburan serta informasi multimedia bersifat interaktif yang tidak ada bandingannya (Pavlik, 1998).

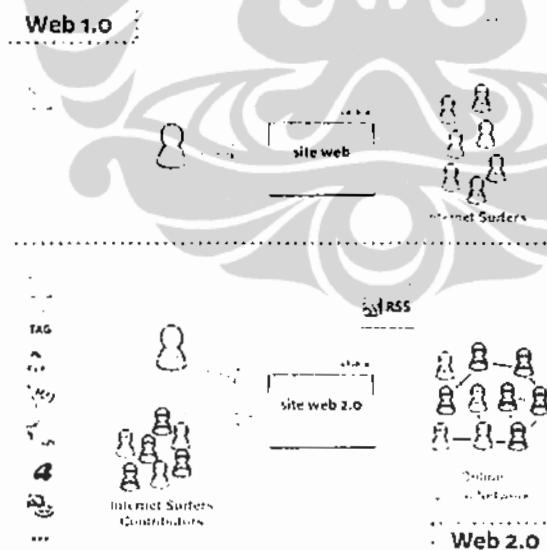
Sementara itu, inovasi dalam dunia *web* semakin hari semakin mengalami perkembangan yang berarti, ini dibuktikan dengan adanya Teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan pengguna internet untuk berinteraksi. Sekarang ini kita melihat bahwa budaya *Web 2.0* berkembang dengan sangat cepat dan banyak situs *Web 2.0* diluncurkan setiap hari. Konsep inti dari *Web 2.0* adalah penggunaan internet sebagai sebuah platform dan efek jaringan kekuasaan atau pengaruh untuk

mengontrol atau menyatukan pemikiran kolektif dengan cara biaya yang efektif atau murah (Hamid, n.d).

Web 2.0 adalah sebuah penamaan yang diberikan terhadap perkembangan internet generasi kedua yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi yang dicirikan dengan terbentuknya suatu hubungan dan *sharing*, seperti *social network sites* atau situs jaringan sosial (seperti *Facebook*), *user-generating sites* (seperti *YouTube*), dan *group effort sites* (seperti *Wikipedia*) (Dominick, 2009, hal. 283). Masih menurut Dominick, internet generasi pertama atau *Web 1.0* hanya memungkinkan penggunanya sebagai konsumen dari konten internet sedangkan pada internet generasi kedua atau *Web 2.0* para penggunanya bisa membuat dan berbagi konten. Singkatnya, menurut Dominick *Web 1.0* bersifat statis dan *Web 2.0* bersifat dinamis.

Gambar di bawah ini dibuat oleh *aysoon Blog* untuk membantu pembacanya memahami struktur dan proses komunikasi *Web 2.0*:

Gambar 2.1: Perbedaan struktur dan komunikasi antara *Web 1.0* dan *Web 2.0*



Sumber: <http://www.sizlopedia.com/2007/08/18/web-10-vs-web-20-the-visual-difference/>

Gambar tersebut membandingkan antara *Web 1.0* dan *Web 2.0* serta menjelaskan bagaimana segala sesuatu telah berubah sejak budaya *web* semakin berkembang. Interaksi pengguna dan *web* master tidak lagi hanya satu arah, tapi keseluruhan sistem baru dari interaksi sosial sudah maju yang mencakup *really*

simple syndication (rss feeds) dan juga penggunaan situs jaringan sosial (Hamid, n.d).

Kemungkinan untuk saling berinteraksi inilah yang menyebabkan terjadinya komunikasi dengan perantara komputer atau *computer-mediated communication (CMC)*, yang kemudian dimanfaatkan oleh politikus untuk menjalankan komunikasi politik dengan publik. Murphy (1994) menjelaskan *CMC* sebagai “penggunaan komputer untuk menciptakan, menyampaikan, mengirimkan, menyebarkan, atau menerima pesan-pesan yang dikirim dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke satu orang, dari satu orang ke satu kelompok, atau dari satu kelompok ke kelompok lain” (Jenghoon Lee, 2006, hal. 10)

Ada dua komponen teknis dalam *CMC* yakni peralatan untuk proses *CMC*, seperti komputer, dan infrastruktur jaringan (Jenghoon Lee, 2006). Menurut Barnes (2003), *CMC* mencakup teknologi yang memfasilitasi komunikasi dan *sharing* informasi secara interaktif melalui jaringan komputer, seperti *E-mail*, *discussion groups*, *newsgroups*, *chat*, *instant messages*, and *web pages* (Jenghoon Lee, 2006, hal. 11). Sarana-sarana baru ini membantu para komunikator politik untuk mencapai target khalayak mereka dengan biaya yang relatif rendah. *CMC* mengubah suasana bagi komunikasi publik dengan mengurangi hambatan-hambatan bagi setiap kelompok atau partai politik dan individu untuk menjalankan komunikasi publik. Menurut Barnes (2003) dan Bonchek (1997), *CMC* mendukung beberapa bentuk komunikasi seperti *one-to-one*, *one-to-many*, dan *many-to-many* (Jenghoon Lee, 2006, hal. 17). Dengan menggunakan saluran komunikasi yang potensial, *CMC* bisa mendukung komunikasi interpersonal dari satu orang ke orang lainnya dan bisa menyebarkan pesan dari satu orang ke banyak penerima pesan yang lain (Jenghoon Lee, 2006, hal. 17).

Sedangkan Walther menyatakan bahwa pengguna *CMC* dapat mengadaptasi medium yang terkontrol ini dan menggunakannya secara efektif untuk membangun hubungan dekat (Griffin, 2006, hal. 144). Walther menamakan teorinya *social information processing theory (SIP)*⁵ karena dia meyakini suatu

⁵ *Social Information Processing*: Sebuah perspektif atau pandangan tentang *mediated communication* yang menyatakan bahwa dibutuhkan lebih banyak waktu untuk membangun

hubungan akan tumbuh hanya dalam batasan bahwa individu-individu satu sama lain saling mendapatkan informasi lebih dulu dan menggunakan informasi tersebut untuk membentuk kesan-kesan interpersonal tentang siapa mereka (Griffin, 2006, hal. 143).

Prinsip utama dari teori SIP adalah bahwa mereka yang berkomunikasi dengan *CMC* hanya menggunakan bentuk komunikasi verbal untuk mengekspresikan sebuah komunikasi relasional yang pada akhirnya menghasilkan pengaruh yang dapat diekspresikan secara *face-to-face* melalui banyak saluran (Griffin, 2006, hal. 144). Menurut Walther, tanda-tanda nonverbal menyaring informasi interpersonal yang kita kirim dan terima melalui *CMC*. Kontak fisik, ekspresi wajah, nada suara, jarak interpersonal, posisi tubuh, penampilan, isyarat, sentuhan, dan bau semuanya tidak ada dalam *CMC*. Walther menekankan dua faktor penting yang mendasarkan adanya teori SIP yakni *verbal cues* dan *extended time*:

1. *Verbal Cues* menggantikan *Nonverbal Cues*

Menurut Walther, sejak *CMC* menghilangkan *nonverbal cues*⁶ (tanda-tanda nonverbal) yang mencirikan adanya tanda kesamaan, maka orang-orang yang berkomunikasi dengan sistem *CMC* harus bergantung pada pesan-pesan teks saja untuk menyampaikan informasi sosial yang sama (Griffin, 2006, hal. 144).

2. *Extended Time* – variabel penting dalam *CMC*

Walther menegaskan bahwa rentang waktu dimana pengguna *CMC* harus mengirimkan pesan-pesan mereka adalah faktor kunci yang menentukan apakah pesan-pesan mereka bisa menjangkau tingkat keintiman atau keakraban seperti yang terbangun dalam komunikasi *face-to-face* (Griffin, 2006, hal. 147). Karena itu Walther menyarankan kepada mereka yang berkomunikasi secara online dapat mengantisipasi hal tersebut dengan mengirimkan pesan lebih sering lagi. Tindakan ini tidak hanya membantu

hubungan dalam interaksi dengan suatu media (*mediated interaction*), yang dicirikan dengan lebih sedikit adanya *nonverbal cues* atau tanda-tanda nonverbal, daripada interaksi tatap muka (Wood dan Smith, 2005, hal. 97).

⁶ *Nonverbal Cues*: Semua elemen non-bahasa dalam komunikasi, termasuk karakter suara, ekspresi wajah, sikap atau posisi tubuh, gerakan dan kontak mata (Wood dan Smith, 2005, hal.97).

membentuk kesan atau pengaruh dalam hubungan personal, tapi juga menyakinkan partner *virtual group* yang ingin mengetahui siapa rekan-rekan mereka dan apa yang mereka pikirkan (Griffin, 2006, hal. 147).

Dalam CMC pengirim pesan (*sender*) bersifat *Selective Self-Presentation*. Walther mengklaim bahwa melalui *selective self-presentation*, orang-orang yang bertemu secara online memiliki kesempatan untuk membuat kesan positif sebanyak-banyaknya dan memelihara kesan-kesan positif tersebut (Griffin, 2006, hal. 149). Hal itu karena mereka bisa menuliskan karakter-karakter mereka yang paling menarik perhatian, prestasi-prestasinya, pendapat atau opini, dan kegiatan-kegiatannya tanpa khawatir ada penyangkalan dari penampilan fisik mereka atau keberatan dari pihak lain yang mengetahui sisi gelap mereka. Ketika hubungan sudah terbangun, mereka yang bertemu atau berkomunikasi secara online bisa mempelajari banyak hal berbeda tentang orang lain dalam hubungan itu (*breadth*)⁷ dan memperdalam informasi yang sudah didapat (*depth*)⁸ lewat pengungkapan diri (*self-disclosure*) mereka untuk menyesuaikan diri dengan *cyber-image* mereka tanpa khawatir tanda-tanda nonverbal akan merusak karakter yang diharapkan (Griffin, 2006, hal. 149).

Facebook menawarkan para penggunanya kemungkinan untuk mengungkapkan informasi pribadi secara lebih luas dan beragam. Pada tahun 2005, Gross dan Acquisti melakukan penelitian terhadap lebih dari 4000 mahasiswa Carnegie Mellon University (CMU), Pittsburgh, yang bergabung dalam situs jaringan sosial populer seperti *Facebook*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa CMU pengguna *Facebook* memberikan banyak informasi seperti: 90,8% profilnya berisi *image* atau gambar, 87,8% memberitahukan tanggal lahir mereka, 39,9% menuliskan nomer telepon (termasuk 28,8% profil yang memuat nomer telepon seluler), dan 50,8% menuliskan alamat tempat tinggal mereka. Selain itu, kebanyakan anggota

⁷ Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam Social Penetration Theory (Littlejohn dan Foss, 2005:195, *Theories of Human Communication* 8th ed) menjelaskan *breadth* sebagai beragam hal berbeda yang terdapat pada orang lain.

⁸ Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam Social Penetration Theory (Littlejohn dan Foss, 2005:195, *Theories of Human Communication* 8th ed) menjelaskan *depth* sebagai informasi detail atau rinci mengenai satu atau dua hal berbeda yang terdapat pada orang lain.

Facebook juga memberitahukan *status* hubungan mereka (*single, married, atau in a relationship*), pandangan politik (mulai dari “*very liberal*” hingga “*very conservative*”), dan juga beragam minat (termasuk musik, buku, dan film). Bahkan 62,9% anggota *Facebook* yang *status*-nya selain *single* mengidentifikasi partner mereka dengan nama atau *link* di profil *Facebook* mereka (Gross & Acquisti, 2005).

Penggunaan *CMC* dalam komunikasi politik pernah diteliti oleh Won, Yeo, Lee, dan Arabi yang kemudian dipublikasikan dalam jurnal komunikasi (volume 1, 2007). Penelitian tersebut menguji bagaimana partisipasi publik dalam proses politik melalui *Computer Mediated Political Communication (CMPC)*. Para peneliti tersebut menguji diskusi politik dari bulan Maret hingga April, 1997, pada dua jaringan komputer utama yang paling populer di Korea. Hasilnya menunjukkan bahwa *CMPC* di Korea berada dalam tahap perkembangan.

Caldwell dan Chakravarty (n.d) dalam penelitiannya tentang kampanye politik lewat internet menjelaskan tiga manfaat internet sebagai media untuk kampanye. Namun, menurut mereka yang paling penting yakni kecepatan dimana informasi dapat di-*posting* di internet tidak dapat dibandingkan dengan media cetak, radio, atau tele-media. Penyebaran informasi tidak membutuhkan “produksi” apapun. *Blogs*, papan bulletin (*bulletin boards*), *chat-rooms*, dan sarana interaktif lainnya menjamin setiap orang yang memiliki informasi bisa menyebarkannya pada semua komunitas menggunakan komputer mereka yang menciptakan “efek bola salju” dari penyebaran informasi yang dimulai dari satu sumber.

Blog merupakan contoh yang paling nyata bagaimana internet bisa membuat setiap orang menjadi komunikator massa. Para *blogger* bisa menjadi reporter dalam waktu singkat, berbagi teks dan gambar dari manapun mereka berada (Dominick, 2009, hal. 286). *Blog* adalah kependekan dari “*web log*”. *Blog* merupakan jurnal dimana orang dapat menuliskan tentang apapun yang mereka inginkan seperti politik, berita, olahraga, musik, film, dan lain-lain. Para pembacanya dapat memberikan komentar dan terlibat dalam percakapan virtual dengan penulis *blog*. *Blog* merupakan bentuk manifestasi lain dari *Web 2.0* (Dominick, 2009, hal. 285).

Politikus pun memanfaatkan sarana interaktif dalam *Web 2.0* ini. Setidaknya, hal itu terlihat dalam dua penelitian yang meneliti dan membahas penggunaan *blog* oleh tokoh politik untuk konstruksi citra dirinya sebagai politikus. Dini Mentari (2006) dalam tesisnya membahas konstruksi citra politisi selebriti untuk *political marketing* memanfaatkan *weblog* (studi kualitatif *weblogs* Angelina Sondakh). Konstruksi citra untuk marketing politik merupakan bagian dari komunikasi politik. Seperti yang dijelaskan Firmanzah (2007) bahwa untuk membangun *image* atau citra komunikasi politik yang merupakan proses tukar-menukar informasi antara dua entitas atau lebih harus terus dilakukan (hal. 242). Penelitian yang dilakukan Dini Mentari menggunakan pendekatan metodologi paradigma konstruktivis, dengan aplikasi studi kualitatif memakai analisis framing metode Gamson dan Mondigliani untuk menganalisis teks dan melihat pola teks pencitraan yang dilengkapi dengan sudut pandang dari proses produksi *blog* serta analisis citra dari sudut pandang marketing politik. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa ada upaya untuk menggeser citra yang dilakukan Angelina Sondakh melalui *blog* miliknya dari seorang selebriti menjadi politisi.

Penelitian lain yang juga terkait dengan pemanfaatan *blog* untuk komunikasi politik dilakukan oleh Budi Putra (2008) mengenai analisis pemanfaatan *weblog* oleh tokoh politik, Menteri Pertahanan RI Juwono Sudarsono. Dengan menggunakan metode analisis eksploratif penelitian yang dilakukan Budi Putra (2008) mencoba menganalisis citra yang ingin dikonstruksi oleh seorang tokoh politik lewat *blog*. Penelitian tersebut juga menggunakan pendekatan analisis framing untuk melihat pesan-pesan yang ingin disampaikan Juwono Sudarsono lewat *blog* miliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *blog* selain bisa dimanfaatkan oleh tokoh politik seperti menteri dalam membangun komunikasi dengan rakyatnya maupun dengan pihak-pihak lainnya, juga bisa dimanfaatkan untuk membangun citra tertentu yang diinginkan (Budi Putra, 2008). Selain *blog*, muncul juga *social network sites* (situs jaringan sosial) yang merupakan perkembangan baru dalam *Web 2.0*. Jelas sekali, internet telah berkembang menjadi sebuah medium komunikasi massa yang berpengaruh (Dominick, 2009, hal. 279).

2.5 Optimalisasi *Facebook* sebagai Medium Kampanye Politik

Jika membicarakan kampanye, yang segera terlintas di kepala kita adalah pengerahan massa, pawai atau arak-arakan kendaraan bermotor dengan knalpot yang dimodifikasi sehingga memekakkan telinga. Lebih parah lagi, bentuk kampanye seperti itu kerap kali diikuti dengan bentrokan antarmassa pendukung. Kampanye konvensional, melalui rapat umum dan pertemuan umum, memang cenderung rawan dan menimbulkan rasa kurang aman bagi masyarakat. Namun, hal ini tidak akan terjadi jika kampanye dilakukan melalui internet. Di internet, kampanye bisa lebih aman dan terhindar dari berbagai bentuk kekerasan, sebab massa yang "menghadiri" *website* sebagai lokasi kampanye, tidak akan bertatap muka atau bertemu secara fisik, melainkan hanya berinteraksi dengan sang kandidat dari depan layar komputer atau perangkat lain yang bisa mengakses internet.

Social Network Site atau situs jaringan sosial menjadi salah satu medium yang digunakan untuk kampanye politik setelah *blog*. Presiden Amerika Serikat, Barack Obama, adalah salah satu politikus yang memanfaatkan situs jaringan sosial untuk berkampanye saat pemilihan presiden AS tahun 2008 (Darmawan, 2008). Dalam jurnal *computer-mediated communication*, Boyd dan Ellison (2007) menggambarkan *social network sites -SNS-* (situs jaringan sosial) sebagai pelayanan berbasis *web* yang memungkinkan seseorang untuk:

1. Menciptakan sebuah profil semi-publik atau profil publik dalam sebuah sistem yang terbatas (Boyd & Ellison, 2007). Artinya, profil tersebut dapat dilihat oleh setiap orang, setiap anggota situs jaringan sosial tersebut, atau hanya dapat dilihat oleh teman-teman mereka dalam situs jaringan sosial tersebut (Faris, 2008).
2. Mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung (Boyd & Ellison, 2007). Maksudnya, situs jaringan sosial mengizinkan penggunanya untuk membangun sebuah jaringan "teman" atau koneksi dengan pengguna lainnya. Para pengguna situs jaringan sosial bisa mengirimkan pesan kepada teman-temannya tersebut, menuliskan komentar pada ruang publik mereka (dalam *Facebook* penggunanya

memiliki “*wall*” dimana teman-teman mereka bisa menuliskan komentar-komentar, gambar, dan *link*), dan bisa melihat profil teman-teman yang lain (Faris, 2008).

3. Melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh yang lain dalam sistem tersebut (Boyd & Ellison, 2007). Fitur ketiga ini memungkinkan pengguna situs jaringan sosial untuk melacak atau mencari koneksi mereka atau teman-temannya dan orang lain dalam sistem tersebut. Tingkat keleluasaan dalam mencari koneksi tersebut beragam pada setiap situs, tapi meskipun profil seseorang dalam *Facebook* tidak bisa dilihat namun masih bisa melihat daftar teman-temannya (Faris, 2008).

Menurut Boyd dan Ellison (2007), yang membuat situs jaringan sosial unik adalah bukan karena situs tersebut memungkinkan seseorang bertemu dengan orang asing, tapi lebih kepada situs tersebut memfasilitasi penggunaanya untuk mengartikulasikan dan menunjukkan jaringan sosial (*social network*) mereka. Pada banyak situs jaringan sosial yang besar, partisipan tidak secara otomatis berinteraksi atau mencari untuk bertemu teman baru, melainkan, mereka awalnya berkomunikasi dengan orang-orang yang sudah menjadi bagian dari jaringan sosial mereka. Untuk menekankan artikulasi *social network* sebagai kategori fitur yang penting dalam situs-situs jaringan sosial ini, mereka menyebutnya dengan “*social network sites*” (Boyd & Ellison, 2007).

Situs-situs jaringan sosial seperti *Friendster*, *CyWorld*, dan *MySpace* memungkinkan seseorang untuk mengenalkan atau menampilkan diri mereka, mengartikulasikan jaringan sosial mereka, dan membangun atau memelihara hubungan dengan orang lain (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Situs jaringan sosial pertama diluncurkan pada tahun 1997. *SixDegrees.com* memungkinkan penggunaanya untuk membuat profil, mendaftar teman-teman mereka dan, mulai tahun 1998, bisa mencari daftar-daftar teman. Sedangkan *Classmates.com* memungkinkan orang untuk berafiliasi dengan sekolah atau kampus mereka dan mencari jaringan orang lain yang juga terafiliasi, tapi para penggunaanya tidak bisa membuat profil mereka atau mendaftar teman-teman mereka, *SixDegrees.com*

adalah yang pertama mengkombinasikan fitur-fitur tersebut (Boyd & Ellison, 2007).

Boyd dan Ellison (2007) menjelaskan, setelah bergabung dengan SNS seseorang diminta untuk mengisi *form* yang berisi serangkai pertanyaan. Profil dibuat menggunakan jawaban-jawaban pada pertanyaan-pertanyaan tersebut, yang meliputi usia, lokasi, hobi atau minat, dan bagian “tentang saya”. Kebanyakan SNS juga mendukung para penggunanya untuk memasukan foto profil. Beberapa situs memungkinkan penggunanya untuk menyempurnakan profil mereka dengan menambah konten multimedia atau memodifikasi tampilan profil mereka. Situs lain, seperti *Facebook*, memungkinkan user untuk menambah aplikasi yang menyempurnakan profil mereka.

Situs-situs seperti *MySpace* memungkinkan penggunanya untuk memilih apakah mereka ingin profilnya dapat dilihat semua orang atau dilihat teman-temannya saja (“*Friends only*”). *Facebook* menggunakan pendekatan lain, user yang menjadi bagian dari “*network*” yang sama bisa saling melihat profilnya satu sama lain, kecuali pemilik profil tersebut memutuskan tidak mengizinkan untuk dilihat. Variasi-variasi seputar visibilitas dan akses ini adalah salah satu cara utama bahwa SNS membedakan dirinya dengan situs yang lain (Boyd & Ellison, 2007).

Needham & Company (2007) menjelaskan bahwa *Facebook* diciptakan pada tahun 2004 dan pada tahun 2007 dilaporkan *Facebook* memiliki lebih dari 21 juta anggota yang tercatat menghasilkan 1,6 milyar *page view* setiap hari (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Cassidy dan Needhem & Company (2007) mencatat bahwa situs ini sangat terintegrasi dengan rutinitas harian para penggunanya, rata-rata penggunanya menghabiskan sekitar dua puluh menit sehari pada situs tersebut, dan dua per tiga penggunanya *log in* setidaknya satu kali dalam sehari (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

Selain sebagai jaringan pertemanan dalam dunia maya, situs jaringan sosial bisa dimanfaatkan untuk ranah komunikasi politik. Salah satunya ditunjukkan dalam penelitian tentang situs jaringan sosial dalam kampanye politik yang dilakukan oleh Christine B. Williams dan Girish J. Gulati dari *Department of International Studies, Bentley College*, pada tahun 2007. Williams dan Gulati

menamakan penelitiannya “*Social Network as Viral Campaigns: Facebook and the 2006 Midterm Elections*”. Pada Pemilu tahun 2006, *Facebook* digunakan oleh semua anggota kandidat gubernur dan kongresional Amerika. Para kandidat atau staf kampanye mereka bisa mempersonalisasi profil dengan apapun mulai dari mem-*posting* foto hingga menuliskan pengalaman dan prestasi mereka. Williams dan Gulati meneliti tingkat penggunaan profil *Facebook* pada pemilu tahun 2006 dan menganalisis siapa saja kandidat kongres Amerika yang mungkin menggunakan *Facebook*, dengan pengaruh seperti apa terhadap *vote shares* mereka. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *Facebook* memainkan peranan penting dalam persaingan *congressional* Amerika dan situs jaringan sosial memiliki kapabilitas dalam mempengaruhi proses pemilihan (*electoral process*). Williams dan Gulati menemukan bahwa 32 persen kandidat senat Amerika dan 13 persen kandidat untuk *House of Representative* memperbarui profil *Facebook* mereka.

Sementara itu, semua situs jaringan sosial yang besar memungkinkan anggotanya untuk membentuk “*group*” yang berpusat pada topik atau tema apapun dan kemudian mengidentifikasi dan berhubungan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama (Williams & Gulati, 2007). Sejauh ini, ribuan kelompok terorganisir dalam tema politik. Survei yang dilakukan *Pew Internet and American Life Project* pada Desember 2008 menunjukkan bahwa situs jaringan sosial digunakan untuk mencari informasi politik selama kampanye presiden, seperti terlihat pada tabel berikut (Lenhart, 2008):

Tabel 2.5: Aktivitas Politik dan *Social Network* selama kampanye presiden

Jaringan Sosial dan Politik (Presentase penggunaan jaringan sosial)	
Mencari informasi minat politik teman-teman	29%
Mencari informasi tentang kandidat atau kampanye politiknya	22%
Menjadi teman dari kandidat peserta pemilu	10%
Bergabung dengan kelompok politik	9%

Sumber: *Pew Internet & American Life Project*, 2008.

Pada pemilihan umum tahun 2006, *Facebook* dimanfaatkan oleh hampir semua kandidat gubernur dan anggota parlemen Amerika Serikat. Para kandidat atau staf kampanyenya bisa mempersonalisasi profil mulai dari foto hingga kualifikasi kandidat. Anggota *Facebook* bisa melihat itu semua dan bisa

Universitas Indonesia

mendaftarkan dukungan mereka bagi kandidat tertentu. *Facebook* menampilkan jumlah *supporter* atau dukungan bagi setiap kandidat dan mengkalkulasikan persentasi “*votes*” yang mereka miliki dalam kompetisi mereka. Menurut *Facebook*, 2,64% dari penggunanya mendukung seorang kandidat. Total seluruhnya, 1,5 juta anggota (sekitar 13% dari total user base) terkoneksi baik dengan seorang kandidat maupun dengan kelompok yang mengusung topik tertentu (Williams & Gulati, 2007, hal. 1).

Facebook menyadari bahwa situs mereka berkembang dan dikenal sebagai sebuah ruang dimana para kandidat dan pemilih dapat berinteraksi dan mengetahui potensi *Facebook* sebagai sarana untuk memperkaya proses demokrasi (Williams & Gulati, 2007). Menanggapi hal itu, *Facebook* menciptakan sebuah segmen pelengkap dalam situs utamanya yang disebut *Election Pulse*. Fitur ini menyediakan profil standar bagi para kandidat yang maju untuk kursi gubernur atau parlemen. Para kandidat bisa mengatur profil dengan cara yang sama bagi setiap anggota. Mereka bisa mem-*posting* foto, menuliskan kualifikasi keberhasilan mereka, menuliskan program tv favorit, film, buku, dan hobi lainnya. Profil *Facebook* juga menyediakan sarana bagi kandidat untuk mempublikasikan dukungan mereka bagi sejumlah kelompok politik, isu-isu, dan kandidat lain, mem-*posting* “*notes*” pada para pendukungnya, dan memposting serta merespon komentar pada *wall* mereka (Williams & Gulati, 2007, hal. 6).

Menurut Westling (2007), fitur dalam *Facebook* yang sering digunakan untuk komunikasi politik adalah “*groups*”. Anggota *Facebook* dapat membuat tema grup mereka dengan beragam topik dan dapat mengundang anggota lain untuk bergabung. Dalam grup, anggota-anggota *Facebook* bisa mem-*posting* pesan pada *message board*, menambahkan foto, dan mem-*posting* berita serta *link*. Menurut Westling (2007), beberapa *group* politik adalah pendukung kelompok tertentu, seperti “*University of Wisconsin College Republican*” atau “*Russ Feingold for President*” (hal. 5). *Group* ini memfasilitasi orang-orang yang memiliki pemahaman sama untuk berdiskusi, namun mereka membatasi diskusi hanya pada hal-hal yang mendukung kelompok tersebut dan tidak mempedulikan pendapat dari pihak lawan. Fitur *Facebook* lain yang relevan dengan diskusi politik adalah kemampuannya untuk “*share*” informasi terbaru, video, atau *Web*

page dengan anggota lain. Anggota lain juga bisa memberikan komentar pada “*share*” dan memberikan opini atau pendapat mereka (Westling, 2007, hal. 6).

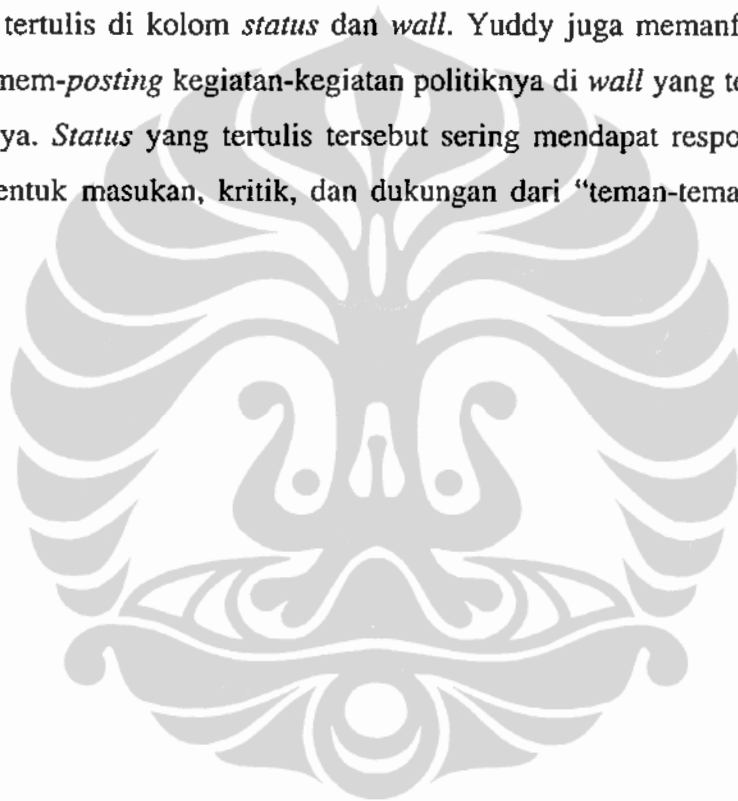
Manfaat terbesar yang disediakan *Facebook* bagi kandidat adalah sarana untuk memobilisasi dan mengorganisir atau mengkoordinasi ribuan pendukung. Bahkan sebelum Barack Obama mengumumkan pencalonan dirinya sebagai presiden, *group Facebook* bernama “*Barack Obama for President in 2008*” telah mengumpulkan lebih dari 50 ribu anggota (Westling, 2007, hal. 9). Ada beberapa cara yang bisa digunakan oleh para anggota *Facebook* untuk mengatur acara-acara politik. Administrator *group Facebook* (biasanya pencipta *group*) bisa mengirimkan pesan-pesan pada anggota *Facebook* mengenai informasi terbaru pertemuan-pertemuan atau kampanye politik. Para anggota, kemudian, bisa mengundang teman-temannya untuk bergabung dengan *group* tersebut, atau meneruskan pesan-pesan dari kampanye (Westling, 2007, hal. 10).

Perangkat kemudahan yang disediakan *Facebook* inilah yang dimanfaatkan banyak politikus di Indonesia. Calon Presiden dari generasi muda Yuddy Chrisnandi yang berangkat dari Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa (DIB), adalah salah satu politikus yang memanfaatkan *Facebook* untuk menggalang dukungan dari publik. Sebagai capres muda yang ingin membina hubungan dengan pemilih pemula *Facebook* cocok digunakan sebagai media kampanye. Seperti yang dituliskan *Project Manager for Facebook's Election 2006 Network*, Ezra Callahan, dalam *blog resmi Facebook*, bahwa “Setiap politikus yang ingin membina hubungan yang berkelanjutan dengan konstituen mereka yang lebih muda dapat memanfaatkan *Facebook*” (Westling, 2007, hal. 7). Pada tahun 2006, kampanye Kathleen Falk untuk pemilihan *Wisconsin Attorney General* menggunakan *Facebook* dengan cara sama yang banyak dilakukan saat kampanye, yakni berbagi informasi mengenai kandidat dan menyediakan informasi tambahan tentang acara-acara yang akan datang, pernyataan atau pesan-pesan kampanye politik yang penting, dan berita-berita politik (Westling, 2007, hal. 8).

Dari observasi pendahuluan yang dilakukan penulis setelah terhubung dengan akun *Facebook* milik Yuddy, Yuddy memiliki lebih dari 5.000 teman yang ia sebut dengan “teman-teman FB”. Yuddy juga membuat *link* di *Facebook*

yang khusus untuk mengajak khalayak menjadi pendukungnya. Hingga saat ini setidaknya tercatat lebih dari 700 orang yang menjadi pendukungnya. Namun, jumlah itu terus bertambah.

Sebagai kandidat calon presiden, Yuddy menyadari pentingnya komunikasi politik yang baik dengan publik, terutama dalam mensosialisasikan gagasan-gagasan dan langkah-langkah politiknya. Hal itu terlihat dari interaksi antara Yuddy dengan pendukungnya yang bisa dibaca pada halaman profil Yuddy di *Facebook* yang tertulis di kolom *status* dan *wall*. Yuddy juga memanfaatkan *Facebook* dengan mem-*posting* kegiatan-kegiatan politiknya di *wall* yang tersedia di halaman profilnya. *Status* yang tertulis tersebut sering mendapat respon atau komentar dalam bentuk masukan, kritik, dan dukungan dari “teman-teman FB” Yuddy.



Fitur-fitur dalam Facebook (disarikan dari situs Facebook):

1. HOME

Pada halaman *Home* anggota *Facebook* bisa melihat semua *status* teman-temannya. Selain itu, pada sisi sebelah kanan terdapat informasi *Invite friends to join Facebook*, *Events*, *Connect with friends* dan *Request* yang diantaranya berisi permintaan untuk menjadi teman.

2. PROFILE

Halaman *Profile* berisikan informasi mengenai:

1. WALL

Setiap anggota *Facebook* bisa berbagi dan menuliskan informasi apapun dengan sesama temannya.

2. INFO, terdiri dari:

1. BASIC INFORMATION

Berisi serangkaian informasi mengenai jenis kelamin, tanggal lahir, tipe hubungan yang diinginkan (seperti *friendship* dan *networking*), pandangan politik, dan agama.

2. CONTACT INFORMATION

Berisi informasi berupa alamat *E-mail* atau nomor telepon yang bisa dihubungi.

3. EDUCATION AND WORK

Berisi informasi mengenai riwayat pendidikan dan pekerjaan.

4. PAGES

Berisi informasi tentang *link* pribadi anggota *Facebook* atau *link* yang menghubungkan dengan halaman kandidat lain dalam *Facebook*. Biasanya digunakan untuk mencari dukungan dari sesama anggota *Facebook*.

5. *GROUP*

Berisi informasi dengan kelompok apa saja pemilik akun *Facebook* bergabung didalamnya.

3. *PHOTO*

Berisi foto-foto pemilik akun *Facebook* yang bisa di-*upload* oleh si pemilik akun *Facebook* maupun di-*upload* oleh teman-temannya dengan fasilitas *tag* yang disediakan *Facebook*.

4. *VIDEO*

Berisi video-video pemilik akun *Facebook* yang bisa di-*upload* oleh si pemilik akun *Facebook* maupun di-*upload* oleh teman-temannya dengan fasilitas *tag* yang disediakan *Facebook*.

3. *FRIENDS*

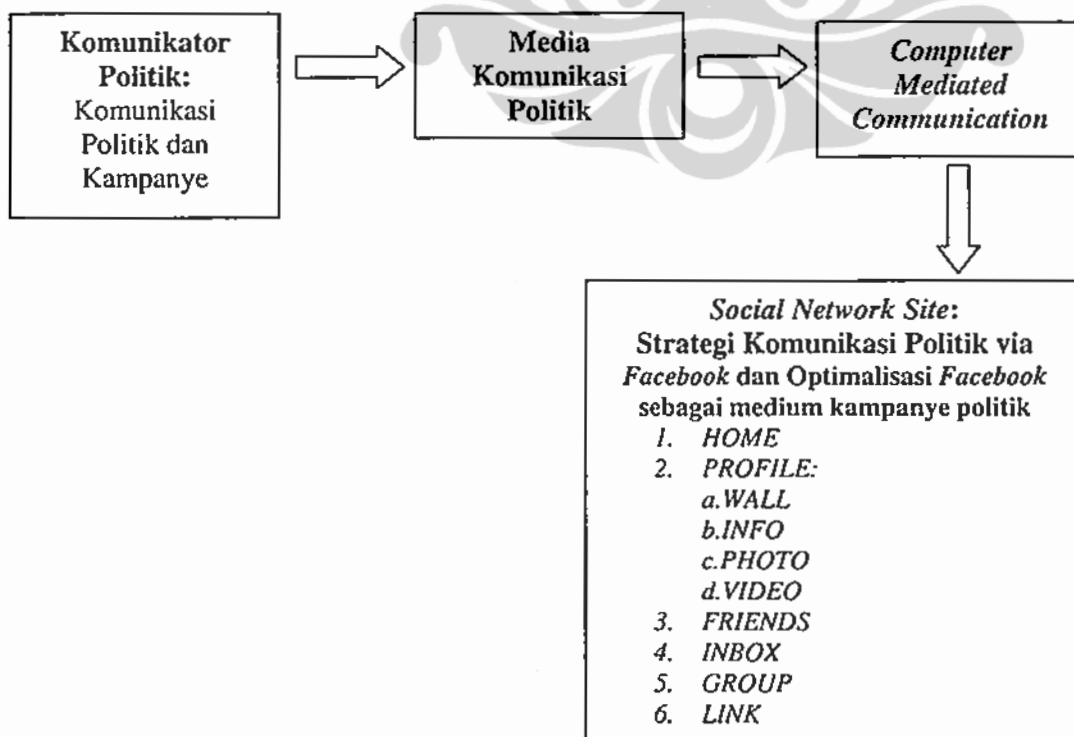
Berisikan informasi mengenai teman-teman *Facebook*. Anggota *Facebook* bisa melihat beragam informasi tentang teman-temannya.

4. *INBOX*

Berisikan informasi pesan-pesan yang masuk dari teman-teman *Facebook*.

Skema Alur Penelitian:

Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang tujuannya untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat agar kandidat-kandidat dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan umum. Salah satu kandidat politik tersebut adalah Yudy Chrisnandi yang merupakan capres dari konvensi nasional DIB. Dalam komunikasi politik diperlukan media untuk menyampaikan pesan, gagasan, ide, kegiatan politik. Mulai dari media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah hingga media interaktif dengan bermediakan komputer (*computer mediated communication*). Salah satu bentuk *computer mediated communication* adalah situs jaringan sosial (*social network site*), *Facebook*, yang saat ini bisa dimanfaatkan sebagai medium komunikasi politik. Dari penegasan tersebut, alur pemikiran studi ini dibuat untuk melihat dua aspek, yaitu (1) strategi komunikasi politik Yuddy Chrisnandi sebagai capres dari konvensi nasional DIB dengan memanfaatkan *Facebook*, (2) optimalisasi *Facebook* oleh Yuddy Chrisnandi sebagai medium kampanye politiknya. Keduanya tercermin dalam skema alur penelitian berikut:



BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Kualitatif

Pendekatan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004).

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2008).

Sedangkan Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam lingkungannya dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong, 2004, hal. 3).

Penelitian kualitatif, menurut Rossman dan Rallis (2003) untuk mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di kondisi sesungguhnya (hal. 3). Peneliti kualitatif mengumpulkan apa yang mereka lihat, dengar, dan baca dari orang-orang dan dari peristiwa atau aktivitas atau kegiatan serta dokumentasi. Tujuan mereka adalah untuk mempelajari tentang aspek-aspek dunia sosial dan untuk menghasilkan suatu pemahaman baru yang kemudian bisa digunakan (Rossman & Rallis, 2003, hal. 4).

Penelitian kualitatif memiliki dua elemen yang unik. Pertama, peneliti adalah sebagai instrumen penelitian (Rossman & Rallis, 2003, hal. 5). Menurut Moleong (2004) pengertian instrumen atau alat penelitian di sini tepat karena ia menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian (peneliti sebagai perencana,

pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya) (hal. 121). Moleong (2004) menjelaskan tujuh ciri-ciri umum manusia sebagai instrumen penelitian:

1. Responsif

Manusia sebagai instrumen responsif terhadap lingkungan dan terhadap pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan. Sebagai manusia ia bersifat interaktif terhadap orang dan lingkungannya (Moleong, 2004, hal. 121).

2. Dapat menyesuaikan diri

Manusia sebagai instrumen hampir tidak terbatas dapat menyesuaikan diri pada keadaan dan situasi pengumpulan data. Misalnya, dengan melihat buku-buku yang terpampang pada rak buku dan majalah-majalah di rumah subjeknya ia dapat membuat kesan dan gambaran umum tentang subjeknya itu. Jadi, manusia sebagai peneliti dapat melakukan beberapa tugas pengumpulan data sekaligus (Moleong, 2004, hal. 122).

3. Menekankan keutuhan

Manusia sebagai instrumen memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya dan memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan, jadi sebagai konteks yang berkesinambungan di mana mereka memandang dirinya sendiri dan kehidupannya sebagai sesuatu yang riil (nyata), benar dan mempunyai arti. Guna merasakan keutuhan yang ada, peneliti hendaknya melibatkan dirinya secara utuh dalam lingkungan yang baru dan menahan keputusan nilainya sendiri (Moleong, 2004, hal. 122).

4. Mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan

Dalam hal-hal tertentu pada manusia sebagai instrumen penelitian ini terdapat kemampuan untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan berdasarkan pengalaman-pengalaman praktisnya. Kemampuan memperluas pengetahuan pada peneliti juga bisa diperoleh melalui praktek pengalaman lapangan. Jika hal itu terlaksana, maka pengumpulan data menjadi lebih dalam dan lebih kaya (Moleong, 2004, hal. 122).

5. Memproses data secepatnya

Kemampuan lain yang ada pada manusia sebagai instrumen penelitian ialah memproses data secepatnya setelah diperolehnya, menyusunnya kembali, merumuskan hipotesis sewaktu di lapangan dan mengetes hipotesisnya tersebut. Hal ini akan membawa peneliti untuk mengadakan pengamatan dan wawancara yang lebih mendalam lagi dalam proses pengumpulan data (Moleong, 2004, hal. 123).

6. Memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan

Manusia sebagai instrumen memiliki kemampuan lainnya yaitu kemampuan untuk menjelaskan sesuatu yang kurang dipahami oleh subjek atau responden. Sering hal itu terjadi apabila informasi yang diberikan oleh subjek sudah berubah, secepatnya peneliti akan mengetahuinya, kemudian ia berusaha menggali lebih dalam lagi apa yang melatarbelakangi perubahan itu (Moleong, 2004, hal. 123).

7. Memanfaatkan kesempatan untuk mencari respon yang tidak lazim dan idiosinkratic

Manusia sebagai instrumen penelitian juga memiliki kemampuan untuk menggali informasi yang lain dari yang lain, yang tidak direncanakan semula, yang tidak diduga terlebih dahulu, atau yang tidak lazim terjadi. Kemampuan peneliti bukan menghindari justru mencari dan berusaha menggalnya lebih dalam (Moleong, 2004, hal. 123).

Elemen kedua dalam penelitian kualitatif yakni tujuan penelitian adalah untuk mempelajari mengenai aspek-aspek dunia sosial. Dari perspektif ini, peneliti mengumpulkan data yang mewakili sebuah realitas kemudian mengolah data-data tersebut melalui analisis dan interpretasi menjadi sebuah informasi. Ketika diletakkan dalam ranah praktis informasi menjadi pengetahuan (Rossman & Rallis, 2003, hal. 5).

Selain itu, ada delapan karakteristik dalam penelitian kualitatif. Salah satu diantaranya para peneliti kualitatif mencoba untuk memahami orang melalui *multiple methods* yakni interaktif dan humanistik. Peneliti kualitatif berbicara dengan orang-orang, melihat dan mendengar sebagai seorang teman mengenai aktivitas mereka sehari-hari, membaca dokumen-dokumen dan rekaman-rekaman, yang kesemuanya itu lebih umum dikenal dengan wawancara, observasi, mengumpulkan data, dan menganalisis data (Rossman & Rallis, 2003, hal. 9).

Penelitian ini bersifat deskriptif karena ingin menggambarkan secara terinci fenomena sosial tertentu. Penelitian deskriptif memaparkan secara terinci dan spesifik mengenai situasi atau kondisi, keadaan sosial, atau suatu hubungan (Neuman, 2003). Terkait dengan topik penelitian ini maka yang dimaksud dengan situasi atau keadaan sosial yakni fenomena komunikasi politik menggunakan media baru yang dimanfaatkan oleh capres muda untuk mensosialisasikan gagasan dan langkah politiknya. Dalam penelitian deskriptif, para peneliti memulai dengan mendefinisikan dengan baik sebuah subjek penelitian dan melakukan penelitian untuk mendeskripsikan subjek tersebut secara akurat (Neuman, 2003). Pada penelitian ini, penulis menggambarkan subjek penelitian sebagai seorang tokoh politikus muda yang mencalonkan diri sebagai presiden dari konvensi nasional Dewan Integritas Bangsa (DIB). Dalam menggalang dukungan, ia memanfaatkan situs jaringan sosial *Facebook* sebagai salah satu medium komunikasi politik untuk menyampaikan ide-ide politiknya. Hasil dari penelitian deskriptif adalah sebuah gambaran yang detil atau terinci tentang subjek tersebut.

Dari pemaparan tentang metodologi kualitatif-deskriptif tersebut, maka penelitian ini bertujuan menggambarkan atau mendeskripsikan strategi komunikasi politik calon presiden muda dari konvensi nasional DIB Yuddy Chrisnandi didalam *Facebook* miliknya. Didalamnya juga termasuk mendeskripsikan bagaimana Yuddy Chrisnandi mengoptimalkan *Facebook* sebagai medium kampanye politik. Dimana strategi komunikasi politik, calon presiden (capres) muda, *social network site*, *Facebook*, dan konvensi nasional DIB menjadi kata kunci dalam penelitian ini.

Sedangkan subjek penelitian dalam tesis ini adalah kandidat capres dari konvensi nasional DIB, Yuddy Chrisnandi. Sebagai capres, diasumsikan Yuddy

Chrisnandi melakukan strategi komunikasi politik dalam kampanye melalui *Facebook* untuk mendapat dukungan dari masyarakat terutama anggota *Facebook* yang terhubung dengan akun *Facebook* Yuddy. Dari subjek penelitian ini juga akan dilihat bagaimana ia memaksimalkan *Facebook* sebagai medium untuk berkampanye politik.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah *kata-kata* dan *tindakan*, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2004, hal. 112). Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Karena itu peneliti harus berinteraksi dengan sumber data (Sugiyono, 2008, hal. 11).

Suatu wawancara yang dilakukan, menurut Lindlof dan Taylor bertujuan untuk mengetahui perspektif mereka terhadap suatu pandangan, memperoleh kembali pengalaman masa lampau, memperoleh kemampuan pengetahuan dan informasi, mendapatkan deskripsi peristiwa atau kejadian yang secara normal tidak tersedia untuk observasi, mengetahui hubungan yang sensitif dan intim, atau menganalisis kepastian suatu wacana (Hariyanto, 2005).

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan diperoleh melalui beberapa cara yakni:

1. Data Primer

Data primer bisa diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan subjek penelitian untuk mendapatkan informasi dan studi dokumen. Wawancara mendalam dimaksudkan untuk memahami data-data sesuai pemahaman para pelaku atau subjek yang diteliti. Seperti yang dikatakan Bungin, wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang handal. Dengan wawancara mendalam bisa digali apa yang tersembunyi di sanubari

seseorang, apakah menyangkut masa lampau, masa kini maupun masa depan (Hariyanto, 2005).

Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam. Wawancara tidak terstruktur ini mirip dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden. Wawancara tidak terstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara (Mulyana, 2003, hal. 181).

Selain wawancara dan studi dokumen, data primer juga bisa diperoleh dengan teknik observasi atau pengamatan. Pengamatan dapat diklasifikasikan atas pengamatan melalui cara berperan serta dan tidak berperan serta. Pengamat berperan serta melakukan dua peranan sekaligus yaitu sebagai pengamat dan sekaligus menjadi anggota resmi kelompok yang diamatinya. Pengamatan dapat pula dibagi atas pengamatan terbuka dan pengamatan tertutup. Pengamat secara terbuka diketahui oleh subjek dan sebaliknya para subjek dengan sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka (Moleong, 2004, hal. 126).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengamatan berperan serta karena penulis berperan sebagai pengamat sekaligus menjadi anggota resmi kelompok jaringan sosial akun *Facebook* subjek penelitian. Penulis juga melakukan pengamatan terbuka karena sebagai pengamat diketahui oleh subjek penelitian (penulis sudah menjadi teman dalam akun *Facebook* subjek penelitian). Adapun unit observasi dalam penelitian ini adalah isi *Facebook* milik Yuddy Chrisnandi yang dituliskannya untuk diketahui oleh khalayak. Dengan demikian, peneliti sebagai pengamat berperan serta secara lengkap seperti yang dikatakan Buford Junker pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamatinya (Moleong,

2004, hal. 127). Sehingga pengamat dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkannya, termasuk yang dirahasiakan sekalipun.

Wawancara mendalam dan pengamatan berperan serta saling melengkapi dan mengurangi ketidakajegan (Mulyana, 2003). Hal ini menuntut uraian tidak saja mengenai apa yang diucapkan dan dilakukan subjek penelitian, tetapi juga bagaimana mereka secara spontan berperilaku dalam lingkungan mereka yang alamiah. Pengamatan dimaksudkan untuk melihat apakah subjek memilih berperilaku dengan cara tertentu atau dengan cara lainnya agar sesuai dengan situasi yang ada. Jadi suatu gambaran yang komprehensif tentang subjek diperoleh dan suatu pandangan mendalam juga dicapai dengan membandingkan apa yang orang katakan dengan apa yang mereka lakukan ketika keadaan tertentu muncul (Mulyana, 2003, hal. 163).

2. Data sekunder

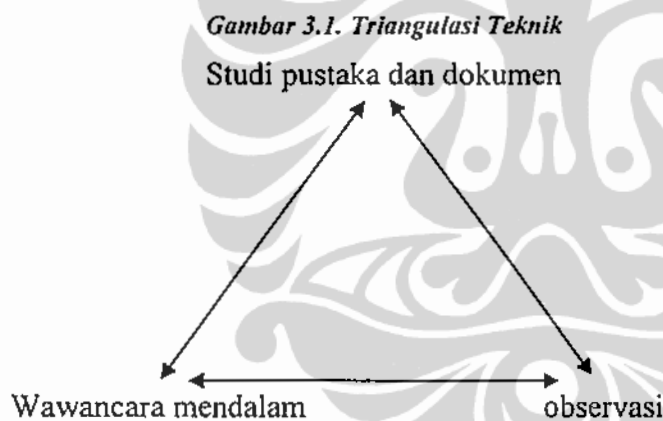
Data sekunder bisa diperoleh melalui studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, data-data sekunder diperoleh dengan melakukan studi terhadap buku-buku, majalah-majalah, surat kabar-surat kabar, artikel-artikel, jurnal-jurnal, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

Pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah data disebut sebagai triangulasi (Sugiyono, 2008, hal. 241). Sedangkan triangulasi, menurut Moleong (2004), adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (hal. 178). Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong, 2004).

Teknik triangulasi dengan sumber yang menurut Patton (1987) berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang

diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2004, hal. 178). Hal ini diantaranya dapat dilakukan dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Jika pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2008, hal. 241). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data, yang menurut Sugiyono (2008), dilakukan dengan cara mengecek data dengan teknik yang berbeda (hal. 274). Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, atau dokumentasi, seperti terlihat pada gambar berikut:



Sumber: Sugiyono (2008:273)

Pada penjelasan di atas sumber data utama dalam penelitian kualitatif, adalah *kata-kata* dan *tindakan* yang dapat diperoleh dengan wawancara mendalam dan observasi (Moleong, 2004, hal. 112). Geertz (1973) mengemukakan bahwa kata-kata memungkinkan memberikan “deskripsi padat” (Miles & Huberman, 1992, hal. 86). Artinya, kata-kata lebih memberikan makna daripada angka-angka, dan seyogyanya dikaitkan pada seluruh analisis data. Kata-kata yang berbentuk teks tersebut biasanya sulit digunakan pada saat analisis. Untuk memudahkannya maka dilakukan pemberian kode pada catatan-catatan lapangan atau wawancara, hasil observasi, dan bahan-bahan arsip (Miles & Huberman, 1992, hal. 87). Kode-

kode, menurut Miles dan Huberman, merupakan kategori-kategori yang biasanya dikembangkan dari permasalahan penelitian, hipotesis, konsep-konsep kunci, atau tema-tema yang penting. Kategori yang sudah ditentukan tersebut akan digunakan untuk menganalisis teks yang terdapat dalam *Facebook* milik Yuddy Chrisnandi dan hasil wawancara dengan Yuddy Chrisnandi selaku subjek penelitian. Pemberian kode atau pengkategorian tersebut dilakukan untuk menganalisis data kualitatif selama proses pengumpulan data (Miles & Huberman, 1992).

3.3 Teknik Analisa Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar (Moleong, 2004, hal.103). Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen-dokumen.

Dalam penelitian kualitatif ini, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi). Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data ada tiga tahap yakni data *reduction*, *data display*, dan *conclusion* (Sugiyono, 2008, hal. 246).

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, karena itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan (Sugiyono, 2008, hal. 247).

2. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles dan Huberman (1984) menyatakan bahwa bentuk yang paling sering digunakan untuk menyajikan data kualitatif adalah teks yang bersifat narasi (Sugiyono, 2008, hal. 249).

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1984) adalah penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2008, hal. 252). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat juga berupa hubungan kausal atau interaktif, dan hipotesis atau teori (Sugiyono, 2008, hal. 252).

Setelah melakukan analisis data, data diinterpretasikan dengan melakukan korelasi terhadap teori yang ada. Selama proses interpretasi data, tetap dilakukan studi kepustakaan terutama untuk melakukan konfirmasi terhadap teori.

BAB 4
KOMUNIKASI POLITIK YUDDY CHRISNANDI MEMANFAATKAN
FACEBOOK

4.1 Calon Presiden Muda dari Konvensi Nasional Dewan Integritas Bangsa

Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah politikus muda, Yuddy Chrisnandi. Saat ini, Yuddy menjadi anggota Komisi I DPR RI (periode 2004-2009) yang membidangi urusan Luar Negeri, Pertahanan, dan Intelijen. Di parlemen, Yuddy dikenal sebagai politikus muda yang vokal diantaranya dengan menggagas sejumlah hak interpelasi DPR RI seperti interpelasi Sembako, BLBI, Lapindo, dan Nuklir Iran. Sedangkan di organisasi, saat ini Yuddy menjadi Ketua Departemen Organisasi, Keanggotaan, dan Kaderisasi (OKK) Dewan Pimpinan Pusat Partai Golongan Karya (Golkar) yang sudah diawalinya sebagai anggota Pokja OKK DPP Golkar sejak tahun 1993. Yuddy juga dipercaya sebagai Ketua Ormas DPP Musyawarah Keluarga Gotong Royong (MKGR) periode 2005 hingga 2010.

Yuddy Chrisnandi sempat menjadi calon anggota legislatif (caleg) dari Partai Golkar daerah pemilihan VIII Jawa Barat untuk periode 2009-2014. Namun, pencalonan tersebut tidak berlanjut dengan alasan kecewa terhadap pengurus DPP Golkar yang dianggap tidak konsisten dan kurang adil serta tidak obyektif pada kadernya. Yuddy pun mengundurkan diri pada 3 September 2008. Lima hari kemudian, Yuddy menyerahkan surat pengunduran dirinya sebagai caleg Golkar ke Komisi Pemilihan Umum. Pria kelahiran 29 Mei 1968 ini kemudian menyatakan siap menjadi calon presiden alternatif Indonesia. Menurut Yuddy, yang ditemui penulis di ruang kerjanya di DPR pada 22 April 2009, capres alternatif harus seorang sosok baru yang datang dari generasi baru. Sehingga otomatis capres alternatif haruslah capres muda dengan kriteria usia dibawah 50 tahun.

Sejak menyatakan diri siap menjadi capres alternatif, Yuddy melakukan *roadshow* atau perjalanan politik ke berbagai macam tempat di Indonesia. Kendati demikian, Yuddy belum didukung oleh satu pun partai politik bahkan oleh partai Golkar yang sudah 17 tahun ia berkecimpung didalamnya. Hingga akhirnya Yuddy didatangi dan diundang oleh Dewan Integritas Bangsa (DIB) untuk mau mengikuti konvensi nasional DIB. Setelah memikirkan tawaran tersebut, Yuddy memutuskan menerima undangan untuk mengikuti konvensi nasional DIB. Menurut Ketua Tim 45 DIB, Sholahudin Wahid dalam wawancara dengan portal berita inilah.com, konvensi nasional DIB bertujuan mencari capres alternatif yang akan dilakukan di 12 kota di tanah air.

Pada awal pertemuan DIB, 4 Desember 2008, dihadiri oleh enam peserta konvensi nasional DIB yakni Fadel Muhammad (Gubernur Gorontalo), Marwah Daud Ibrahim (Anggota Parlemen), Rizal Ramli (Mantan Menteri Koordinator bidang Perekonomian), Sri Sultan Hamengku Buwono X (Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta), Taufiqurrahman Ruki (Mantan Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi), dan Yuddy Chrisnandi (Anggota Parlemen). Saat itu, Taufiqurrahman Ruki menyatakan tidak ikut konvensi dan akan berkonsentrasi dalam pencalonannya sebagai anggota DPD di Banten. Sedangkan Bambang Soelistomo yang semula adalah Anggota Tim 45 DIB, menyatakan siap menjadi peserta capres dalam konvensi nasional DIB.

Konvensi nasional DIB putaran pertama berlangsung di Yogyakarta pada 10 Januari 2009. Namun, Sri Sultan Hamengku Buwono X tidak hadir dalam konvensi tersebut. Sultan beralasan bahwa waktu pelaksanaan konvensi nasional DIB putaran pertama bertepatan dengan pelaksanaan *fit* dan *proper test* terhadap calon pegawai baru di lingkungan Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (inilah.com, 10 Januari 2009). Sementara, Fadel Muhammad mengundurkan diri dari arena konvensi nasional DIB. Hingga putaran keempat pelaksanaan konvensi nasional DIB, Sultan tetap tidak hadir. Sultan pun dianjurkan untuk mengundurkan diri sebagai peserta konvensi nasional DIB. Sehingga peserta konvensi tersebut tinggal empat orang yakni Rizal Ramli, Bambang Soelistomo, Marwah Daud Ibrahim, dan Yuddy Chrisnandi. Dari

keempat peserta tersebut, dilihat dari segi usia, Yuddy Chrisnandi merupakan satu-satunya peserta yang bisa dikategorikan dalam tokoh muda.

Selama tiga bulan melakukan konvensi nasional DIB ke berbagai kota, Yuddy menyampaikan visi strategis Indonesia 2009-2014 dan prioritas utama yang akan dikerjakan serta solusi yang akan dilakukan serta berdialog dengan berbagai macam masyarakat. Ketika berkonvensi, ada panelis yang berasal dari akademisi lokal yang menguasai persoalan nasional dan lokal. Selain itu ada ratusan khalayak yang bebas bertanya selama konvensi berlangsung, mulai dari jam 9 pagi hingga jam 3 sore. Yuddy dituntut untuk tidak hanya menguasai satu bidang tapi harus menguasai persoalan ke-Indonesiaan dan persoalan lokal, disamping itu juga persoalan-persoalan lain. Sebagai capres Yuddy dituntut untuk mengetahui banyak hal.

Setelah mengikuti serangkaian konvensi nasional DIB, Dewan Integritas Bangsa memutuskan bahwa empat peserta tersebut secara kualitas dinyatakan layak sebagai capres Indonesia. Namun, menurut Yuddy, sistem politik di Indonesia belum memberikan kesempatan pada dirinya untuk muncul di pemilu presiden (pilpres) 2009. Maka apa yang sudah dipersiapkannya sejak tahun 2007 dengan melakukan langkah politik dan mengikuti konvensi nasional DIB hingga dinyatakan layak untuk menjadi capres Indonesia, menjadi investasi politik yang tidak harus berhenti sekarang. Yuddy bertekad untuk terus maju dan dirinya merasa memiliki waktu yang cukup untuk mempersiapkan diri pada pertarungan pilpres 2014 mendatang (wawancara pribadi penulis dengan Yuddy Chrisnandi, 22 April 2009).

Sebagai politikus muda yang sudah menyatakan diri siap menjadi capres, Yuddy menyadari pentingnya dukungan dari publik. Selain dukungan, dirinya juga harus memperluas konstituennya. Hal tersebut diungkapkan Yuddy saat diwawancarai oleh penulis. Salah satu medium yang digunakan oleh Yuddy untuk mewujudkan hal itu adalah *Facebook*, sebuah situs jaringan sosial yang belakangan digunakan oleh banyak politikus mancanegara untuk kampanye politik. Dalam wawancara dengan penulis, Yuddy mengatakan,

untuk seorang politisi seperti saya *Facebook* jadi sangat penting untuk memperluas konstituen. Kedua, untuk mendapatkan dukungan. Dan juga untuk mempengaruhi cara berpikir masyarakat setidaknya yang didalam komunitas *Facebook* itu agar mereka mengamini pandangan-pandangan kita. Nah dengan demikian, ini kan yang bisa menggunakan internet pasti kan kelas menengah ke atas bukan menengah ke bawah.

Lebih lanjut, dalam pandangan Yuddy, komunitas dalam *Facebook* adalah sebagai agen perubahan terhadap gagasan-gagasan pembaharuan. Hal itu sejalan dengan slogan *Perubahan akan datang* yang diusungnya. Yuddy mengaku bisa mensosialisasikan kegiatan politik, visi strategis, dan ide atau gagasan politiknya dengan menggunakan *Facebook* sebagai medium komunikasi politiknya dengan khalayak. Apa yang dipikirkan oleh Yuddy bisa langsung dituliskan pada kolom *status* di *Facebook*. Dan *status* tersebut bisa diperbarui setiap saat. Khalayak *Facebook* yang terhubung dengan Yuddy pun bisa memberikan beragam respon atau komentar, termasuk dalam bentuk dukungan.

Yuddy mendapatkan lebih dari lima ribu teman baru sejak bergabung di *Facebook* pada September 2008. Masukan berharga yang disampaikan teman-teman barunya di *Facebook*, dipraktikkan Yuddy. Sebagai bakal calon presiden termuda, Yuddy merasa bahwa berinteraksi dengan pendukung melalui *Facebook* sebagai sebuah kebutuhan (dikutip dari www.an.tv/s/?sid=4&newsid=102782, 2009). Dirinya pun optimis bisa seperti Hillary Clinton yang bisa mengumpulkan 40.000 suara.

Agar khalayak memberikan respon yang setuju dengan pandangan dan gagasan seorang komunikator politik, ia harus melakukan strategi komunikasi politik. Begitu pula dengan Yuddy yang menyatakan diri siap menjadi capres Indonesia. Ardial (2009) menjelaskan bahwa seorang komunikator politik dapat melakukan strategi komunikasi politik diantaranya dengan mengenal khalayak dan dapat mengemas pesan (informasi tentang kegiatan, visi strategis, ide atau gagasan politik) dengan baik. Strategi komunikasi politik tersebut diantaranya bisa dilihat dalam isi *Facebook* Yuddy. Dengan demikian dapat diketahui apakah sebagai komunikator politik Yuddy sudah menjalankan strategi komunikasi

politik tersebut. Selain itu, dari isi *Facebook* Yuddy juga bisa diketahui bagaimana Yuddy mengoptimalkan *Facebook* sebagai medium kampanye politiknya.

Untuk dapat mendeskripsikan hal tersebut, penulis melakukan pengumpulan data sesuai dengan metodologi penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya. Data primer didapat dari wawancara dengan Yuddy Chrisnandi. Kepada Yuddy, penulis menanyakan sejumlah pertanyaan berkaitan dengan komunikasi politik yang dilakukan Yuddy lewat *Facebook*, capres alternatif, dan konvensi nasional DIB. Semua data yang diperoleh penulis akan dianalisis untuk menjawab perumusan masalah dalam penelitian ini. Guna melengkapi data sudah diperoleh, penulis juga melakukan observasi terhadap isi *Facebook* Yuddy terutama tentang informasi yang berkaitan dengan politik. Dalam observasi ini, penulis membatasinya dengan membuat kategori-kategori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, konsep-konsep atau tema utama.

4.2 Analisis Strategi Komunikasi Politik dengan Situs Jaringan Sosial Berdasarkan Kategori Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini dibuat berdasarkan konsep-konsep dan tema-tema penting yang menjadi bagian dalam penelitian ini. Seperti yang dikatakan Miles dan Huberman (1992) bahwa kategori-kategori biasanya dikembangkan dari permasalahan penelitian, hipotesis, konsep-konsep kunci, atau tema-tema yang penting (hal. 97). Penulis membagi tiga bagian kategori, dimana setiap bagian kategori dirinci lagi untuk memudahkan dalam analisis.

1. Optimalisasi Pemanfaatan CMC

- a. *One-to-one, one-to-many, many-to-many communication*
- b. *Verbal cues* : bergantung pada pesan-pesan teks saja
- c. *Extended time* : komunikator mengirim pesan lebih sering lagi

- d. *Selective self-presentation* : komunikator mengungkapkan kesan-kesan positif seperti karakter yang menarik perhatian, prestasi-prestasi, pendapat atau opini, kegiatan-kegiatan.

2. Optimalisasi Pengelolaan Pesan

Berdasarkan prinsip utama teori SIP yang dinyatakan oleh Walther bahwa pengguna *CMC* hanya menggunakan bentuk komunikasi verbal, yang berbentuk pesan tertulis (Griffin, 2006). Maka kategori pengelolaan pesan yang relevan yaitu melalui metode penyampaian dan penyusun isi pesan, dengan kriteria:

- a. *Redudancy*
- b. *Informatif*
- c. *Edukatif*

3. Pengelolaan pesan melalui fitur-fitur *Facebook*, dengan kriteria:

- a. *Basic Information*
- b. *Contact Informartion*
- c. *Education and Work Information*
- d. *Pages*
- e. *Group*
- f. *Wall*
- g. *Note*
- h. *Photo*
- i. *Video*

Data pada beberapa kategori tersebut diperoleh dengan cara menganalisis hasil wawancara dengan subjek penelitian yakni Yuddy Chrisnandi, capres dari konvensi nasional DIB yang memanfaatkan *Facebook* sebagai medium komunikasi politik dengan khalayak. Selain itu, data pada kategori diatas juga bisa diperoleh dengan cara observasi terhadap isi *Facebook* Yuddy Chrisnandi. Untuk observasi ini, penulis membatasi mulai dari Yuddy mengikuti konvensi nasional DIB hingga pemilihan umum legislatif berlangsung, 8 April 2009. Hal tersebut

karena sesudah konvensi nasional DIB putaran akhir, 7 Maret 2009, Yuddy masih terus melakukan kegiatan politik untuk menggalang dukungan bagi dirinya.

4.3 Strategi Komunikasi Politik Yuddy Chrisnandi *via Facebook*

4.3.1 Optimalisasi Pemanfaatan *CMC*

Berhasil tidaknya kegiatan komunikasi sangat bergantung pada strategi komunikasi yang dijalankan. Cangara (2009) menyebutkan bahwa salah satu unsur dalam komunikasi politik adalah pesan politik (hal. 37). Salah satu medium yang dipilih Yuddy untuk menyampaikan pesan politiknya yakni *Facebook*. Bagi Yuddy, *Facebook* menjadi medium yang penting untuk memperluas konstituennya. Menurut Yuddy, “yang menggunakan komunikasi lewat iptek, IT itu pasti mereka yang haus informasi dan memang mereka agen-agen penyebar informasi. Jadi mereka ini dari sisi kualitas sdm dan wawasan dipastikan adalah orang-orang yang lebih dibandingkan mayoritas yang lain.”

4.3.1.1 *Facebook* sebagai bentuk *Many-to-many communication*

Facebook merupakan salah satu bentuk komunikasi *computer mediated communication (CMC)*. Melalui *Facebook*, selain bisa berkomunikasi dengan satu orang, Yuddy juga bisa berkomunikasi dengan banyak orang. Tapi juga semua khalayak yang ada didalam jaringan pertemanan Yuddy bisa saling berkomunikasi. Dengan demikian *Facebook* menjadi media yang sangat efektif atau memfasilitasi untuk bentuk komunikasi *many-to-many*. Dalam *Facebook* Yuddy selalu menyampaikan pesan berupa informasi yang antara lain berisi kegiatan, ide, dan gagasan politiknya. Pesan tersebut dituliskan dalam kolom *status* atau *wall*. Pesan-pesan tersebut mendapatkan komentar dari khalayak baik dalam bentuk dukungan maupun kritik. Kondisi ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan Murphy (1994) bahwa dengan *CMC* seseorang bisa

menciptakan, menyampaikan, mengirimkan, menyebarkan, atau menerima pesan-pesan yang dikirim dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke satu orang, dari satu orang ke satu kelompok, atau dari satu kelompok ke kelompok lain (Jenghoon Lee, 2006, hal. 10).

Yuddy menyadari pentingnya komunikasi yang baik dengan khalayak yang sudah memberikan komentar tersebut. Karena itu, Yuddy juga merespon komentar-komentar terhadap *status* yang disampaikannya. Hal tersebut juga diakui Yuddy ketika wawancara dengan penulis, *"kadang-kadang saya memberikan komen yang panjang, melihat orang ini bagaimana menanggapi lalu kan saya harus sampaikan pandangan saya, saya tidak mengabaikan"*.

Dengan demikian tercipta proses komunikasi dan dialog antara Yuddy dengan khalayak. Inilah bentuk yang dinyatakan oleh Barnes (2003) dan Bonchek (1997) bahwa *CMC* mendukung beberapa bentuk komunikasi seperti *one-to-one*, *one-to-many*, dan *many-to-many* (Jenghoon Lee, 2006). *CMC* mengubah suasana bagi komunikasi publik dengan mengurangi hambatan-hambatan bagi setiap kelompok atau partai politik dan individu untuk menjalankan komunikasi publik.

Sebagai komunikator politik dalam medium *Facebook*, Yuddy menyatakan bahwa dirinya harus memelihara komunikasi yang sudah terjalin dengan khalayaknya. Interaksi terus menerus antara elit politik dan khalayak dalam komunikasi politik dimaksudkan agar aspirasi masyarakat dapat diartikulasikan sehingga aktor politik memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara memperjuangkan aspirasinya (Muhtadi, 2008). Yuddy menganggap khalayak yang ada di *Facebook* miliknya memiliki itikad baik. Yuddy menegaskan, *"minimal itikad baik untuk mengenal saya. Yang kedua mereka masuk, kan ini jaringan persahabatan, ingin bersahabat berarti mendukung. Oleh karena itu saya harus bisa menjaga mereka agar mereka bisa nyaman di dalam jaringan persahabatan tersebut"*. Dengan menggunakan saluran komunikasi yang potensial, *CMC* bisa mendukung komunikasi interpersonal dari satu orang ke orang lainnya dan bisa menyebarkan pesan dari satu orang ke banyak penerima pesan yang lain (Jenghoon Lee, 2006, hal. 17)

4.3.1.2 Pesan Politik sebagai *Verbal Cues* dalam *Facebook* Yuddy Chrisnandi

Dalam *CMC verbal cues* menggantikan *nonverbal cues* (Griffin, 2006, hal. 144). Artinya, komunikasi dengan sistem *CMC* antara Yuddy dan khalayak dalam *Facebook* harus bergantung pada pesan-pesan teks saja untuk menyampaikan informasi. Namun, kemampuan pesan dalam membangkitkan perhatian khalayak harus diperhatikan oleh komunikator politik ketika menyusun pesan politik. Salah satu bentuk pesan yang disampaikan Yuddy adalah informasi mengenai gagasan politiknya. Seperti yang terlihat dalam kutipan berikut:

Yuddy Chrisnandi:

Restorasi Indonesia perlu dilakukan Presiden 0914 untuk perangi 5K: Kemiskinan, Kebodohan, Ketidakadilan, Korupsi & Ketergantungan asing, serta hadapi 5 tantangan Global

March 30 at 7:15am

Informasi tersebut mendapat komentar dari khalayak:

Hartono Mine at 9:07am March 30

Setuju mas... Restorasi bukan hanya PERLU tapi harus menjadi MANDATORY... tapi itu semua jangan hanya retorika politik tanpa program kerja yg *workable, implementable* dan *sustainable*...!

Fadjar Rahardjo at 9:35am March 31

bung Yuddy, saya tambahkan 1 lagi yang harus DIPERANGI selain 5K & 5TG, yaitu PENGHIANAT BANGSA...Praktik politik di negeri ini telah DIREDUKSI sekedar menjadi perjuangan kekuasaan dalam persaingan antar kelompok kepentingan, ketimbang sebagai proses pencarian kebajikan bersama. Akibatnya, kebajikan dasar kehidupan berbangsa seperti sipilitas, responsibilitas, integritas & keadilan RUNTUH!

Gagasan politik yang disampaikan Yuddy mampu menarik perhatian khalayak. Selain berbentuk dukungan, komentar tersebut juga berisi saran yang ditujukan kepada Yuddy. Pesan yang berisi informasi tentang gagasan seperti diatas kembali disampaikan oleh Yuddy pada 2 April 2009:

Yuddy Chrisnandi Selain persoalan utama 5K, Presiden Indonesia 0914 akan hadapi 5 Tantangan Zaman yaitu; Kesenjangan sosial melebar, Tekanan kompetisi Global, Kerawanan pangan-energi, Degradasi Moral & Jeratan Hutang/Krismon. Untuk menjawab 5K+5T = Indonesia perlu Pemimpin Nasional yg kuat! Rakyat, Mengakar & Pembaharu. Salam Perubahan!!

April 2 at 11:34pm

Informasi tersebut mendapat komentar dari khalayak dan direspon kembali oleh Yuddy:

Suherman Jt Fx at 11:44pm April 2

setuju banget pak.! Juga, yang mesti diperkuat itu kepemimpinan dan manajemen yang ada di hati dan pikiran setiap rakyat termasuk di sini faktor psikologinya.. jika kepemimpinan dan manajemen di hati dan pikiran rakyat lemah, maka, Indonesia walaupun dipresidensi oleh malaikat sekalipun tidak akan sanggup bangkit mengejar ketinggalan..

Agung Prihananto at 10:19am April 3 via Facebook Mobile

bang yuddy punya kapabilitas untuk mengatasi itu? untuk perbaikan indonesia tidak bisa diatasi oleh 1 orang presiden, walaupun dia mampu..tapi harus didukung orang di sekitar presiden, menteri, pejabat dari pusat sampai daerah, serta rakyat harus mendukung..bagaimana membuat semua kalangan tersebut bersatu padu demi indonesia yang lebih baik..salam perubahan..

Yuddy Chrisnandi at 1:30pm April 3

Terimakasih respon para teman FB..Benar, persoalan Indonesia tidak bisa diatasi oleh seorang Presiden sendiri..saya pun tidak akan mampu bila terpilih menjadi Presiden..tanpa dukungan rakyat..birokrasi dan para pemimpin lainnya..kuncinya adalah kesadaran memberikan keteladanan.

4.3.1.3 Pemanfaatan *Extended Time* untuk Pengulangan Pesan Politik

Dalam *Facebook*-nya, Yuddy sering melakukan pengulangan pesan baik yang berisi informasi seputar kegiatan-kegiatan politik maupun gagasan atau ide politiknya. Tindakan mengulang-ulang pesan ini sejalan dengan faktor penting dalam *CMC* seperti yang ditekankan oleh Walther (Griffin, 2006, hal. 147). Salah satu faktor tersebut yakni *extended time*. Menurut Walther adanya rentang waktu ketika pengguna *CMC* mengirimkan pesan-pesan mereka adalah faktor kunci yang menentukan apakah pesan-pesan itu bisa menjangkau kedekatan seperti yang terbangun dalam komunikasi *face-to-face*. Karena itu Walther menyarankan kepada mereka yang berkomunikasi secara *online* dapat mengantisipasi hal tersebut dengan mengirimkan pesan lebih sering lagi.

Manfaat *extended time* dalam bentuk pengulangan pesan itu adalah khalayak akan lebih memperhatikan pesan dan tidak mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan secara berulang-ulang. Selain menyampaikan gagasan politik, Yuddy juga mengajak khalayak untuk bergabung dengan *link* miliknya. *Link* tersebut merupakan salah satu bentuk aplikasi dalam *Facebook* yang tujuannya mengumpulkan dukungan bagi Yuddy.

Yuddy Chrisnandi Kepada para sahabat semua, silahkan bergabung dengan Page YCh. Klik link ini (<http://www.Facebook.com/pages/Yuddy-Chrisnandi/57065354712?ref=mf>) dan jadilah supporter YCh. Salam perubahan!

Pesan tersebut pertama kali disampaikan Yuddy pada 27 Januari 2009 dan diulang oleh Yuddy dengan rincian sebagai berikut (1) 4 Februari 2009, diulang hingga tiga kali; (2) 6 Februari 2009, diulang hingga sepuluh kali; (3) 18 Februari 2009, diulang hingga lima kali; dan (4) 20 Februari 2009, diulang hingga tiga kali. Secara keseluruhan, Yuddy mengulang pesan tersebut hingga 22 kali. Tindakan tersebut dilakukan oleh Yuddy selama rentang waktu berlangsungnya konvensi nasional DIB. Konvensi nasional DIB berlangsung mulai dari tanggal 10 Januari 2009 hingga 7 Maret 2009.

4.3.1.4 *Selective self-presentation* yang dijalankan Yuddy Chrisnandi dalam *Facebook*

Ellison, Steinfeld, dan Lampe (2007) menyatakan bahwa situs jaringan sosial memungkinkan seseorang untuk mengenalkan atau menampilkan diri mereka, mengartikulasikan jaringan sosial mereka dan membangun atau memelihara hubungan dengan orang lain. Salah satu bentuk Yuddy mengenalkan atau menampilkan dirinya terlihat dalam kutipan berikut:

MENGENAL YUDDY CHRISNANDI

Yuddy Chrisnandi lahir di Bandung, 9 Mei 1968. Saat ini menjadi anggota Komisi I DPR RI yang membidangi urusan Luar Negeri, Pertahanan, dan Intelijen. Selain itu, juga sebagai Koordinator Koalisi Muda Parlemen Indonesia. Selain sebagai politisi, ia juga dosen pada Program Pascasarjana Studi Ilmu Politik Universitas Indonesia (UI) dan juga dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Nasional. Menyelesaikan pendidikan doktor di bidang kajian militer pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2004. Sebelumnya, pada tahun 1997 ia meraih gelar magister ekonomi dari FEUI dan gelar sarjananya diperoleh dari FE Unpad, Bandung, pada tahun 1991.

Sebelum menjadi Anggota DPR RI periode 2004-2009, Yuddy pernah bekerja di Bank Bukopin Pusat, 1991; pegawai Bank Bumi Daya, 1992-1994; Staf khusus Kepala BPPN, 1998-1999; Anggota MPR RI tahun 1998-1999; Penasehat Ahli Kapolri, 1999-2001; Dosen FE Universitas Trisakti, 1997-2002; Staf Khusus Wakil Presiden RI Bidang Polkam, 2001-2003.

Yuddy juga menuliskan sejumlah kualifikasi keberhasilannya, seperti yang dikatakan Williams dan Gulati (2007) bahwa kandidat bisa menuliskan prestasi yang sudah dicapainya. Prestasi Yuddy tercermin dalam kutipan berikut:

Ia juga tercatat sebagai penerima fellowship riset tentang militer dari *Institute of Defence and Strategic Studies* (IDSS) Singapura. Sebagai intelektual sekaligus politisi, Yuddy kerap diundang ke forum-forum internasional untuk menjadi pembicara, seperti: *Workshop "Parliamentary Accountability and Security Sector Governance in SEA"*, 7-10 Februari 2006. Siem Reap/Cambodia; Kursus singkat mengenai pertahanan "*Good Governance and the position & Role of the Armed Force in a Democracy*", di Clingendael Institute, Netherlands, Juni-Juli 2005; *Workshop of ASEAN Parliamentarians on the Myanmar Issue*, JW Marriot Hotel, Kuala Lumpur, Malaysia, 26-28 November 2004; *Comparative Study* bidang sejarah militer pada National Defense University of China, Beijing, Oktober 2002, ...

Di dunia organisasi, saat ini Yuddy menadi Ketua Departement Organisasi, Keanggotaan, dan Kaderisasi (OKK) Dewan Pimpinan Pusat Partai Golkar, yang dirintisnya sejak tahun 1992 bergabung di Golkar. Selain itu menjadi salah satu Ketua Pimpinan Maejlis Nasional KAHMI (Korps Alumni HMI), Ketua Bidang Hubungan Internasional MKGR (Musyawarah Keluarga Gotong Royong), dan Ketua Bidang Organisasi Lemkari (Lembaga Karatedo Indonesia). Ia juga tercatat sebagai anggota Dewan Penasehat LIRA (Lambung Informasi Rakyat).

Sampai disini Yuddy terus mengungkapkan kesan-kesan positif mengenai dirinya. Tindakan tersebut sejalan dengan yang dinyatakan oleh Walther bahwa pengirim pesan dalam *CMC* bersifat *selective self-presentation* (Griffin, 2006, hal. 149). Kutipan berikut masih berkaitan dengan pengungkapan kesan positif Yuddy untuk menarik perhatian khalayak:

... Di sela-sela aktivitasnya yang padat sebagai politisi, pengurus partai, dan dosen, Yuddy dikenal cukup dekat dengan keluarga. Bersama isteri tercinta Velly Elvira, SH, MH, Notariat, Yuddy membangun keluarga yang harmonis, hingga dikarunai satu orang putri yang bernama Ayesha Fatma Nandira. Motto

“Berawal dari keluarga membangun masyarakat yang sejahtera”, telah menjadi inspirasi bagi Yuddy untuk berkiprah dengan segudang aktivitas, tanpa melupakan perhatiannya pada keluarga. Yuddy juga dikenal cukup produktif menulis. Sejumlah artikel, makalah seminar, jurnal internasional, dan buku, telah berhasil ditulisnya. Beberapa buku yang sudah diterbitkan: *Beyond Parlemen*, Trans Wacana (2008); *Kesaksian Para Jenderal*, LP3ES (2007); *Post Soeharto Civil-Military Relations in Indonesia*, Rajaratnam School of International Studies Singapore (2007); dan *Reformasi TNI: Perspektif Baru Hubungan Sipil-Militer di Indonesia*, LP3ES (2005). Sekarang ia sedang menyelesaikan 2 buah buku yang akan diterbitkannya...

4.4 Optimalisasi Pengelolaan Pesan

4.4.1 *Redundancy* untuk Menanamkan Pesan Politik untuk Mempengaruhi Khalayak

Dalam pengelolaan pesan di dalam *Facebook*-nya, terlihat bahwa Yuddy mengulang sosialisasi gagasan dan kegiatan politik yang sama. Dalam strategi komunikasi politik yang dikemukakan Ardial (2009) hal tersebut dinamakan metode *redundancy*. Dalam metode penyampaian dan menyusun isi pesan politik, *redundancy* merupakan upaya mempengaruhi dengan jalan mengulang-ulang pesan politik kepada khalayak.

Selain mensosialisasikan gagasan-gagasan politik dan mengajak khalayak untuk mendukungnya, Yuddy juga mensosialisasikan kegiatan-kegiatan politiknya. Seperti petikan berikut:

Yuddy Chrisnandi atas nama panitia deklarasi komite solidaritas masyarakat sunda, mengundang kehadiran teman-teman FB, minggu 29 maret jam 13 wib, *ballroom* Horison Bandung. Dukungan utk YCh
March 26 at 10:30pm

Beberapa komentar dari khalayak, sebagai berikut:

'**Agung Prihananto** at 11:14pm March 26 via *Facebook Mobile*

selain Bandung mana lagi kota berikutnya..saya doakan semoga sukses perjuangan bung yuddy

Riki Ganesha at 11:24pm March 26 via *Facebook Mobile*

Insya Allah kang...saya hadir. Yang penting kuatkan niat demi perubahan

Moh Fauzi at 12:58am March 27

Insya Allah saya dan keluarga hadir, bang...Berubah itu perlu, perubahan itu kudu!

Pesan yang berisi sosialisasi kegiatan politik tersebut diulang kembali oleh Yuddy, sebagai berikut:

Yuddy Chrisnandi a/n Pusat solidaritas Sunda/Panitia deklarasi masyarakat Sunda, Jabar-Banten, mengundang teman-teman FB hadir; minggu 29 Maret Jam 13.00, *Ballroom Hotel Horison Bandung*. Salam Perubahan!

March 28 at 9:18am

Pesan tersebut mendapat komentar dari khalayak, sebagai berikut:

Andhika Pratama at 10:04am March 28

mantap mas.. sukses

Gandhi Purwanto at 9:44am March 29

Mengucapkan selamat atas terselenggaranya Komunike Bersama Masyarakat Sunda se-Jabar & Banten mendukung perjuangan Mas Yuddy Ch.. Rombongan teman-teman dari Cirebon tadi pagi jam 06.30 telah berangkat ke Bandung menggunakan bus dan beberapa kendaraan pribadi..

Untuk menekankan kegiatan politiknya tersebut, Yuddy kembali menuliskan pesan yang sama pada kolom *status* di *Facebook* miliknya:

Yuddy Chrisnandi sampaikan Orasi 'Dari Sunda utk Dunia' pada deklarasi dukungan masyarakat Sunda di Bandung. 1200 kursi yang tersedia tidak mampu menampung hadirnya tokoh-tokoh yg mewakili 26 kota di Jabar..Subhanallah.

March 29 at 7:38pm

Pesan tersebut mendapat komentar dari khalayak:

Junan Junaidi at 7:50pm March 29

Semoga dukungan semakin menguat, tidak hanya di JABAR saja. Maju terus Bung!

Kang Taqi at 7:55pm March 29

Fantastis! Sukses untuk Kang Yuddy. Perwakilan dari 26 kota/kab se-Jabar menjadi bukti mayoritas masyarakat di tatar Pasundan menginginkan perubahan.

Gandhi Purwanto at 8:39pm March 29

Mengucapkan puji syukur atas banyaknya respon positif dari masyarakat Sunda yang telah mendukung perjuangan ini menuju perubahan INDONSIA RAYA yang adil dan makmur..

Abdur Rohim at 9:24pm March 29

Maju terus Yud.... minimal di 2014 nanti tergapai..... Cari pasangan yang kuat dukungannya dari konstituen yang berbeda.....biar menang.....

Sudiro Doank at 11:45pm March 29 via Facebook Mobile

Selamat mas. pendekatan akan menjadikan kebersamaan, kebersamaan akan menciptakan kekuatan, kekuatan akan mewujudkan perubahan...*try hard to be the best...*



Fakta, pendapat, dan pengalaman tersebut memang tidak selalu dijabarkan secara rinci oleh Yuddy didalam *Facebook* miliknya. Seperti ketika menyampaikan gagasan tentang lima agenda utama yang dihadapi Indonesia dan harus segera diperangi. Gagasan tersebut yakni kemiskinan, kebodohan, ketidakadilan, korupsi, dan ketergantungan pada pihak asing. Menurut Yuddy, lima hal yang disampaikannya itu merupakan rangkuman dari berbagai macam referensi yang dimilikinya. Artinya, fakta, pendapat, ataupun pengalaman yang terkait dengan gagasannya tersebut memiliki justifikasi yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Berikut petikan fakta, pendapat, dan pengalaman yang mendukung gagasan tersebut dan dirangkum serta ditulis oleh Yuddy dalam sebuah buku *Perubahan Akan Datang* (2008):

Gagasan mengenai persoalan kemiskinan:

Pengalaman: Ketika saya berkeliling Indonesia dari Sabang sampai Merauke, saya menyaksikan sebuah bangsa besar yang sedang miskin. Kemiskinan ada dimana-mana. Tidak saja di pelosok-pelosok desa, tapi juga di kota-kota besar yang pembangunannya selalu bertambah setiap saat.

Fakta: Selama Maret 2006-Maret 2007, angka kemiskinan hanya turun 0,17%. Atau secara absolut penduduk miskin turun sebanyak 2,13 juta orang (sumber: Badan Pusat Statistik, 2007). **Fakta lainnya:**

LIPI pun memprediksi kenaikan harga BBM juga bakal menambah angka kemiskinan sebesar 8,5% dan 16,92% jumlah pengangguran.

Pendapat: Karena itu, untuk bisa keluar dari kemiskinan, rumusnya sederhana: perbanyak lapangan pekerjaan, ekonomi harus pro-poor dan pro-sustainable growth, terapkan tanggung jawab social korporasi, tingkatkan daya saing bangsa... Semoga dengan cara ini, perubahan akan datang, dan perubahan itu adalah peningkatan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata.

Selain mengungkapkan gagasan yang berdasarkan pengalaman, fakta, dan pendapat, Yuddy juga menyampaikan gagasan di *Facebook* yang hanya berdasarkan fakta dan pendapat:

Gagasan mengenai persoalan ketidakadilan:

Fakta: Selama sepuluh tahun reformasi, ketidakadilan selalu bersumber pada kurangnya penegakan aturan hukum, malah banyak masyarakat yang mendapat perlakuan diskriminatif. **Fakta lainnya:**

Penolakan terhadap berbagai bentuk diskriminasi sebagaimana tertuang dalam Konvensi Internasional...telah diratifikasi dengan UU nomor 29 Tahun 1999. Namun, sejauh ini perlakuan diskriminatif masih kita saksikan dimana-mana

Pendapat: Oleh karena itu yang harus dilakukan oleh siapapun pemimpin ke depan adalah: (1) menjunjung tinggi UUD dan segala peraturan lainnya sehingga akan selalu bersikap adil. ...dan (5) memiliki sikap peduli dan peka atas kondisi rakyat saat ini.

Dari petikan diatas memang tidak semua gagasan berisikan pengalaman. Artinya, metode penyusunan dan penyampaian pesan yang digunakan Yuddy adalah metode *informatif*. Seperti yang dinyatakan Ardial (2009), metode informatif adalah pesan berisi fakta dan pendapat untuk mempengaruhi khalayak dengan memberikan penerangan. Dari pemaparan tersebut, Yuddy menggabungkan dua metode sekaligus dalam penyusunan dan penyampaian isi pesan yakni informatif dan edukatif. Sedangkan, menurut Yuddy, semua fakta, pengalaman, dan pendapat tersebut tidak mungkin dituliskan secara rinci dalam *status* di *Facebook* miliknya (wawancara pribadi dengan Yuddy Chrisnandi, 22 April 2009). Salah satu cara untuk mensosialisasikannya, Yuddy membagi secara cuma-cuma buku yang berisi fakta, pengalaman, dan pendapat tersebut saat konvensi nasional DIB berlangsung. Hal tersebut tercermin dalam salah satu isi *status Facebook* Yuddy, berikut:

Yuddy Chrisnandi Berterimakasih pada teman-teman FB yg hadir Konvensi Capres terakhir di Jakarta. Buku pemikiran visi strategi YCh 0914, yang banyak ditanya teman-teman, sudah dibagikan.

March 7 at 3:49pm

Yuddy Chrisnandi to Teman-teman FB yang datang Konvensi, trims sudah mendengarkan paparan VISI '0914YCh & menerima bukunya, kiranya dapat berbagi infomasi dengan teman-teman lain yang belum sempat bertemu YCh.

March 7 at 4:00pm

Pesan tersebut mendapat komentar dari khalayak:

Andre Theriga at 4:18pm March 7

wah, gimana bisa dapat bukunya meski nggak datang...?

Buyung Skb at 4:30pm March 7

di tunggu kiriman bukunya bang

Andi Asmara at 4:37pm March 7

bang..saya tidak sempat datang tapi info kegiatannya tetap di info kan..karena saya usakan ikut kegiatan bang Yudi...selalu

Yuddy Chrisnandi at 7:36am March 8

Terimakasih perhatiannya, buku bisa diambil di Gd. Nusantara 1 ruang 1320, pada hari kerja.

4.5 Pemanfaatan Fitur-Fitur *Facebook* untuk Penyampaian Pesan Kampanye Politik

Sebagai capres, yang berangkat dari konvensi nasional DIB, Yuddy menggunakan *Facebook* untuk menggalang dukungan khalayak. Menurut Yuddy, lewat *Facebook* dirinya lebih cepat mendapat dukungan daripada ketika harus masuk ke dalam grup *e-mail* tertentu, seperti KAHMI (wawancara pribadi penulis dengan Yuddy, 22 April 2009). Jika langkah tersebut dilakukan, maka Yuddy harus membaca ratusan *e-mail* yang menurutnya akan memakan banyak waktu. Selain itu, memerlukan tim yang lebih besar. Sehingga Yuddy lebih memilih *Facebook*. Dalam wawancara penulis dengan Yuddy, dirinya mengatakan, “*kalau Facebook itu menarik dari tampilannya, ada foto orangnya, ada bisa lihat gambar video, banyak tampilan yang membuat kita tidak bosan. Jadi saya memilih Facebook untuk komunikasi politik lewat IT*”.

Sejumlah fitur dalam *Facebook* bisa dioptimalkan sebagai medium kampanye politik. Dalam *Facebook* miliknya, Yuddy mengungkapkan sejumlah informasi untuk diketahui secara umum oleh para pengguna *Facebook* yang terhubung dengannya. Berikut informasi mengenai Yuddy yang dituliskannya dalam *Facebook*:

a. Basic Information

Networks : Indonesia
Sex : Male
Birthday : May 29, 1968
Looking For : Friendship, Networking
Political Views : Partai Golkar
Religious Views : ISLAM

b. Contact Information

E-mail : yuddychrisnandi2@yahoo.com
Website : <http://bangunsatuindonesia.org/>

c. Education and Work

College : University of Indonesia '04
High School : SMA 1 Cirebon '85

Informasi diatas merupakan sedikit contoh apa yang digambarkan oleh Boyd dan Ellison (2007) bahwa situs jaringan sosial sebagai pelayanan berbasis *web* memungkinkan penggunaanya, diantaranya untuk membuat profil semi publik atau profil publik. Selain tiga bentuk informasi diatas, Yuddy juga menjadi anggota sejumlah grup, diantaranya grup Forum Diskusi Pemuda Indonesia (FDPI) dan Partai Keadilan Sejahtera. Inilah apa yang dinyatakan oleh Williams dan Gullati (2007) bahwa *Facebook* juga menyediakan sarana bagi kandidat untuk mempublikasikan dukungan mereka terhadap sejumlah kelompok politik, isu-isu politik, dan kandidat lain. Menurut Yuddy, dirinya bergabung dalam grup-grup tersebut untuk memperluas jaringannya. Sedangkan alasannya bergabung dengan grup Partai Keadilan Sejahtera (PKS) karena orang-orang di PKS menurutnya orang-orang yang rasional dan cenderung objektif. Menurut Yuddy, teman-teman dalam *Facebook* yang memberikan komentar di *status* miliknya banyak yang berasal dari PKS dan PAN. Yuddy mengatakan bahwa hal tersebut, "*Multi partai. Mungkin golkar tidak terlalu banyak. Artinya menurut saya dia sudah lintas kepentingan, lintas ideologi. Jadi memang betul-betul media yang bisa mengangkat gagasan-gagasan dan proses dialog yang lebih objektif dan transparan...*".

d. Pages

Selain informasi pribadi tersebut, dalam *Facebook*-nya Yuddy juga mengajak khalayak untuk bergabung dengan *page* yang dibuatnya dengan mengklik *link* berikut <http://www.facebook.com/pages/Yuddy-Chrisnandi/57065354712?ref=mf>. Tujuannya untuk meminta dukungan dari khalayak *Facebook*. Dalam *link* tersebut, pengguna *Facebook* bisa menjadi pendukung Yuddy dengan meng-klik ikon *become supporter*. Dalam *link* tersebut, sedikitnya tercatat lebih dari 700 pendukung hingga Mei 2009. Dalam *page* ini ada empat fitur yang dimanfaatkan oleh Yuddy, yakni *Wall*, *Info*, *Photo*, dan *Boxes*.

Dalam fitur *Wall*-nya, Yuddy menuliskan pesan sebagai berikut:

Yuddy Chrisnandi Terima kasih untuk para sahabat semua. Terus dukung YCh agar mampu membawa perubahan yang lebih baik untuk Indonesia. Salam perubahan!

February 18 at 4:28am

Yuddy Chrisnandi Terima kasih untuk semua dukungan teman-teman. Mohon terus berikan masukan dan kritik untuk menjadi lebih baik lagi. Salam Perubahan!

February 1 at 5:05am

Sedangkan dalam fitur *Info*, Yuddy menuliskan sejumlah informasi mengenai dirinya:

Basic Info

Country: Indonesia

Currently Running For

Office: DPR RI

Party: Golongan Karya

Current Office

Office: Jl. Tebet Barat X No. 21 Jakarta Selatan 12810

Detailed Info

Website : <http://bangunsatuindonesia.org/>

Gender : *Male*

Birthday : *May 29, 1968*

Hometown : *Jakarta*

Political Views : *Moderate*

Religious View : *ISLAM*

Activities : *Campaign for 2009*

Favorite Music : *SLANK*

About Me :

MENGENAL YUDDY CHRISNANDI

Yuddy Chrisnandi lahir di Bandung, 9 Mei 1968. Saat ini menjadi anggota Komisi I DPR RI yang membidangi urusan Luar Negeri, Pertahanan, dan Intelijen. Selain itu, juga sebagai Koordinator Koalisi Muda Parlemen Indonesia. Selain sebagai politisi, ia juga dosen pada Program Pascasarjana Studi Ilmu Politik Universitas Indonesia (UI) dan juga dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Nasional. Menyelesaikan pendidikan doktor di bidang kajian militer pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2004. Sebelumnya, pada tahun 1997 ia meraih gelar *magister* ekonomi dari FEUI dan gelar sarjananya diperoleh dari FE Unpad, Bandung, pada tahun 1991....

Work Info

Employer : DPR RI
Position : *Member of Parliament*
Time Period : 2004 - Present
Location : Jakarta, Indonesia
Employer : Universitas Nasional Jakarta
Position : *Lecturer*

Education Info

Grad Schools:

- *University of Indonesia '04*
Doctoral in Political Science
- *University of Indonesia '97*
Magister in Financial Management

College:

- *University of Padjajaran '91*
Bachelor in Economy

High School:

- SMAN 1 Cirebon

Sementara itu dalam fitur *Photo* ada sejumlah foto-foto kegiatan politik Yuddy. Dalam fitur *Boxes* terdapat *Discussion Board* yang berisi empat topik diskusi yakni:

BOXES

Discussion Board

indonesia dan pemuda

6 posts by 6 people. Updated on April 19, 2009 at 9:08pm

Post #1

Rio Kencono (Indonesia) *wrote on January 12, 2009 at 3:19pm*

masih sangat kontroversial ketika kaum muda sekarang ingin membuktikan eksistensinya terhadap bangsa, mereka kerap dicemooh dikatakan hanya punya modal semangat tetapi biasanya tidak mempunyai konsistensi, ini semua mungkin dikarenakan adanya sebuah sistem yang sudah sangat mendarah daging bahwasanya yang tua yang lebih banyak makan asam garam (banyak pengalaman). tetapi yang ingin saya balikan lagi adalah apakah benar yang tua itu memiliki konsistensi dan apakah mereka dapat progresif dalam sekian kebijakannya???? atau mereka maju hanya sekedar jaga gengsi dan ketika kalah mereka akan berujar kita akan menjadi oposisi TERDEPAN??? maka itu pemuda harus bisa lebih mampu daripada mereka yang tua...saya belajar dari kata-kata bang yudi "sebagai pemuda jangan pernah takut terhadap kebijakan apapun, karena langkah kita itu lebih panjang dan dapat berlari dibandingkan dengan mereka yang tua" semata-mata ini dikarenakan pemuda masih dapat progresif dan terus melangkah, "langkahkan kaki dengan basmallah, berharap jalan kita selalu diridhoi oleh Allah SWT" maka itu saat kaum muda memimpin....

-progresif

-cerdas

-lugas

-militan

-pandai

-populis dan maju

Post #2

Bayu Sindhu Raharja wrote on February 4, 2009 at 11:58am

Saya mencoba tambahkan beberapa syarat Bung,, selain progresif, cerdas, lugas, militan, pandai, populis, seorang pemimpin juga harus punya visi dan misi yang jelas, Integritas dan yang paling penting dia harus punya komitmen dari apa yang mereka janjikan. Sebetulnya masalah TUA atau MUDA bagi saya sich tidak terlalu bermasalah yang penting dia punya dan memenuhi syarat diatas.

Post #3

Dedy Ardiansyah wrote on February 7, 2009 at 4:18pm

jangan ada polarisasi baiknya, tua-muda hanyalah persoalan siapa duluan terlahir, kapabilitas dan integritas tidak pernah ada referensinya pada persoalan usia, asal sudah bisa menggunakan akal fikir aja,.....yah?

Post #4

Oktavianus Eryanto (Malaysia) wrote on February 16, 2009 at 12:54am

menurut saya kurang etis mengkotak-kotakkan antara kaum muda dengan kaum tua, toh kaum muda juga ada karena andil dari kaum tua.. yang lebih penting menurut pendapat pribadi saya adalah bagaimana terjalin kerjasama yang baik antara tua dan muda, mungkin akan lebih indah melihat perpaduan antara tua dan muda. Jadi yang tua tidak perlu juga menjadi alergi dengan yang muda dan sebaliknya.. toh sebenarnya tujuan idealnya adalah untuk kemajuan bangsa dan negara kita Republik Indonesia tercinta

Post #5

Saputraa Saputra wrote on March 19, 2009 at 9:05pm

sebenarnya bukan masalah tua dan muda, tapi lebih kepada kesalahan dari segala sistem yang ada, sistem butan manusia yang aneh

Post #6

Endang A. Jabbar (Indonesia) wrote on April 20, 2009 at 11:08am

Untuk menjadi pilot pesawat Air Bus (yang daya angkutnya lebih banyak dari pesawat kecil) tentu diperlukan jam terbang yang lebih tinggi. Tidak cukup hanya baru mampu menerbangkan pesawat penumpang sejenis *cessna* atau

fokker 28, walaupun sama-sama boleh dipanggil kapten pilot, kecuali kalau *status* darurat di udara (misal sang pilot & co-pilot kena serangan jantung) pasti dicari seseorang yang mampu mendaringkan pesawat dengan selamat tanpa melihat seberapa banyak jam terbang seseorang tersebut dalam penerbangan.. Saya berharap Mas Yuddy adalah termasuk pilot yang cerdas dan dapat dipercaya sehingga “pesawat airbus” RI ini dapat sampai tujuan dengan selamat, kalau pun tidak periode ini dia mendapat amanah, Insya Allah periode yang akan datang ia lebih siap, khususnya dengan jam terbangnya..

Diskusi-diskusi tersebut di-*posting* oleh khalayak dalam *Facebook* Yuddy Chrisnandi. Dari deskripsi diatas terlihat bahwa Yuddy melakukan seperti yang dijelaskan oleh Williams dan Gulati (2007) bahwa kandidat bisa menuliskan beragam informasi hingga informasi yang mendetil seperti musik favorit dan memposting foto-foto serta berdiskusi mengenai beragam topik. Namun, sejauh ini diskusi yang berlangsung baru sebatas diantara para pendukung Yuddy. Yuddy sendiri belum terlibat langsung dalam diskusi tersebut.

e. *Group*

Selain *pages*, dijelaskan juga bahwa semua situs jaringan sosial yang besar memungkinkan anggotanya untuk membentuk *group* yang berpusat pada topik atau tema apapun dan kemudian mengidentifikasikan dan berhubungan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama (Williams & Gulati, 2007). Demikian juga dilakukan oleh Yuddy dalam *Facebook*-nya dengan membuat grup **YCH4P'09** dengan jumlah anggota lebih dari 240 orang hingga Mei 2009. Apa yang dilakukan Yuddy dengan membuat grup tersebut sejalan dengan yang dinyatakan Westling (2007) bahwa fitur dalam *Facebook* yang sering digunakan untuk komunikasi politik adalah *group*. Menurut Westling, anggota *Facebook* dapat membuat tema grup mereka dengan beragam topik dan dapat mengundang anggota lain untuk bergabung. Di salah satu fasilitas *Facebook*, *page*, khalayak mengklik ikon *become supporter* untuk menjadi pendukung Yuddy. Karena itu,

khalayaknya disebut *supporter*. Sedangkan di *group*, khalayak bisa mengklik ikon *join this group* untuk menjadi anggota (*member*) dalam kelompok tersebut. Khalayak dalam sebuah kelompok *Facebook* disebut *member*. Grup YCH4P'09 ini merupakan kelompok terbuka dan siapa saja bisa bergabung serta bisa mengundang orang lain untuk ikut menjadi anggota. Berbeda dengan *page*, dalam *group* ada administrator atau pencipta grup. Di grup YCH4P'09, ada dua administrator yakni Yuddy Chrisnandi dan Muhammad Asad.

Sama seperti *pages*, di *group* juga terdapat sejumlah fitur seperti *info*, *wall*, *discussion board*, *photo*, *link*, dan *video*. Hanya saja tampilan halaman pada *page* dan *group* sedikit berbeda. Isi informasi pribadi mengenai Yuddy dalam fitur *info* hampir sama dengan informasi pada *page* milik Yuddy. Sedangkan fitur *wall* berisi lebih dari 30 komentar dari anggota dalam kelompok YCH4P'09. Namun, dalam fitur *discussion board* hanya terdapat satu topik diskusi tentang *Kabinet Pembaharuan Indonesia* yang berisi susunan kabinet yang disusun Yuddy saat mengikuti konvensi nasional DIB. Padahal fitur *discussion board* bisa lebih dimanfaatkan lagi oleh Yuddy untuk berdiskusi dengan khalayak dengan mengusung beragam tema. Sedangkan pada fitur *photo*, Yuddy mem-*posting* beberapa foto yang menunjukkan aktivitas atau kegiatan politiknya. Di fitur *link*, Yuddy terhubung dengan dua *link* yakni Alumni SMA 1 Cirebon dan Batik Cirebonan. Namun, di fitur *video* tidak terdapat satu pun *video* yang bisa di-*posting* baik oleh Yuddy maupun oleh anggota lain.

f. *Wall*

Setiap *status* yang dituliskan Yuddy selalu diperbarui begitu juga dengan *wall* dalam *Facebook*-nya. Tindakan tersebut dilakukan agar orang lain mengetahui apa saja langkah-langkahnya sebagai seorang politikus, sehingga mereka bisa memberikan penilaian yang pada saatnya apakah Yuddy memadai atau tidak untuk menjadi pemimpin nasional dimasa mendatang. *Facebook* memang menyediakan sarana bagi kandidat untuk memobilisasi dan mengorganisir atau mengkoordinasi ribuan pendukung (Westling, 2007). Sarana tersebut berbentuk beragam fitur yang bisa dimanfaatkan oleh kandidat.

Sosialisasi kegiatan politik Yuddy yang dituliskan dalam kolom *status* dan *wall*-nya juga mendapat respon atau komentar dari khalayak dalam bentuk saran, kritik, atau dukungan.

Selain itu, Westling (2007) menjelaskan bahwa *Facebook* bisa digunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi mengenai kandidat dan menyediakan informasi tambahan tentang acara-acara yang akan datang, pernyataan atau pesan-pesan kampanye politik yang penting, dan berita-berita politik. Hal tersebut juga dilakukan oleh Yuddy dalam *Facebook* miliknya. Yuddy mensosialisasikan kegiatan politiknya dengan tujuan mengharapkan kehadiran dan dukungan dari khalayak *Facebook*. Berikut kutipan sosialisasi kegiatan politik Yuddy saat konvensi nasional DIB berlangsung:

Yuddy Chrisnandi di hadapan 400-an khalayak Konvensi Capres di Surabaya kemukakan Visi Strategis Indonesia 0914; Indonesia Makmur, Mandiri, dan Bermartabat.

January 13 at 12:20pm

Yuddy Chrisnandi Bersama Team menuju Denpasar utk konvensi ke-3 tgl 17 Jan. YCh mengajak Era&Ayesha utk menikmati indahny Bali sambil ber-Konvensi. Mohon doa & dukungan sahabat FB

January 14 at 9:26am

Sosialisasi kegiatan politik tersebut mendapat respon dari khalayak:

Zulfaisal Putera Selamat beraktivitas, Mas!

Selamat mengusung idealisme yang sekarang makin langka dimiliki para politikus.

Saya termasuk pengamat dan pengagum Anda.

Sukses selalu buat Mas!

Tabik!

January 14 at 9:56pm

Yuddy kembali mensosialisasikan kegiatan politiknya:

Yuddy Chrisnandi Mengharapkan kehadiran teman-teman FB yg tinggal di Bali, Konvensi capres putaran 3: Grand Mutiara Ballroom Hotel Nikki Jl.Gatot Subroto IV No 18 Denpasar, Sabtu jam 9

January 17 at 6:39am

Dan mendapat komentar dari khalayak, sebagai berikut:

Gandhi Purwanto at 7:52am January 17

Saya, keluarga dan teman-teman di Cirebon/Jakarta.. selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap langkah menuju INDONESIA RAYA.

"Selamat Mengikuti Kovensi Capres ke 3 di Denpasar Bali.. Sukses Selalu..

Demikian juga dengan kegiatan konvensi nasional DIB di Bandung, Yuddy kembali mensosialisasikannya kepada khalayak di *Facebook*:

Yuddy Chrisnandi Mengharapkan kehadiran para sahabat FB pada konvensi Capres putaran 4 di Bandung. Sabtu 24 januari, jam 9-13 WIB bertempat di Gedung Indonesia Menggugat, Jl. Perintis Kemerdekaan.

January 21 at 9:23pm

Yuddy Chrisnandi di Cipaku bandung menerima puluhan pimpinan aktivis mahasiswa berbagai universitas&ormas yg akan hadir konvensi di gedung Indonesia menggugat, sabtu ini.

January 23 at 1:38am

Dan mendapat respon dari khalayak sebagai berikut:

Dikdik Baehaqi Arif Selamat berkonvensi kang.....Indonesia memang harus berubah.....so Indonesia butuh pemimpin muda seperti Akang!!!!!!

January 23 at 9:16am

Iwan Jumawan SELAMAT BERKONVENSI SEMOGA SUKSES DARI
IWAN JUMAWAN TEMAN SMAN-1 CIREBON ANGKATAN 83

January 23 at 9:35am

Gandhi Purwanto Mas Yuddy.. Selamat mengikuti Konvensi Capres ke 4 di Ged. Indonesia Menggugat Bandung, pada hari ini Sabtu. 24 jan 2009. "Jadilah terang ditempat yang tidak terang.. Jadilah harapan tidak hanya berharap"..
Salam Perubahan

January 24 at 8:30am

Adhi Ferdya at 6:28pm January 25

Sebagai yunior kang Yudi, saya cukup salut dengan kiprah kang yudi di konvensi. meski secara realistis menurut saya langkah ini sangat berisiko bagi karir politik bagi kang yudi.

Uspriana Radiah Pak Yuddy saya salut dengan semangat Pak Yuddy mengenai anak muda Indonesia untuk tidak boleh takut dan harus berani maju selama itu benar...saya salah satu pendukung Bapak...

January 26 at 5:22pm

Kristyo Adhi Bang, boleh komentar agak pedas?

Bang yudy sebaiknya menahan diri dulu untuk maju menjadi capres. Lebih baik bang yudy masuk ke lingkaran istana dulu yang lebih dekat. Bisa menteri atau wapres, tapi jangan presiden dululah
Lagipula dukungan dan jaringan abang kurang kuat.

Kalau jadi menteri,saya setuju

But, thats my voice,,

Salam

January 29 at 8:21am

Iding R. Hasan Saya salut dengan Kang Yuddy. Memang seharusnya ada dari kalangan muda yang berani berbicara dan berbuat demi bangsa dan negara. Paling tidak, ini sebagai langkah awal. Maju terus kang.

January 29 at 10:16am

Didik Kuntadi Dik Yuddy, terima kasih atas respondnya. Masih sibuk ya dalam rangka menyongsong pemilu yang akan datang. Saya dukung Dik Yuddy, maju terus pantang mundur. Salam buat Nyonya dirumah.

January 29 at 12:43pm

OsdEn Saragih Maju terus bang..semangat, walaupun banyak orang meragukan..jarang tokoh politik lain se-vokal-an berani seperti abang..warnai terus demokrasi kita bang, agar lebih baik...

January 29 at 1:55pm

Selama konvensi nasional DIB berlangsung, Yuddy terus mensosialisasikan kegiatan tersebut melalui *status* maupun wall di *Facebook* dan mendapat beragam tanggapan dari khalayak:

Yuddy Chrisnandi bertemu dengan teman-teman FB Medan, di RM Padang Sederhana 88 jl. gajah mada, jelang konvensi capres ke 5 di hotel Grand Antares, sabtu 31 Januari. Salam perubahan!

January 30 at 12:51pm

Yuddy Chrisnandi Ucapkan terimakasih pada sahabat-sahabat FB di Medan atas dukungan moril dan kehadirannya di konvensi ke-5 di Medan yang meriah dan sukses.

January 31 at 5:55pm

Yuddy Chrisnandi Dalam pidato Konvensi di 5 provinsi sebelumnya, menekankan pentingnya merubah kebijakan ekonomi Neo-Lib menjadi Ekonomi Kesejahteraan Sosial/EKOTEROS!!

February 1 at 10:39pm

Dengan mendapat komentar dari khalayak sebagai berikut:

Residensil Dipa Nusantara Salam kenal bang.. Saya sbagai mahasiswa ingin menyampaikan.. Saya sepakat dengan anti neolib.. Yang merupakan penjajahan

tanpa senjata namun sungguh sangat menyengsarakan rakyat indonesia.. Rakyat tidak pantas miskin di negeri yang sangat kaya raya seperti indonesia.. Asalkan pemerintah kedepannya lebih berani memenej kekayaan alam indonesia. Jangan biarkan sejengkal pun tanah air kita di manfaatkan pihak asing.. Mari wujudkan negara indonesia yg berdikari dalam berbagai bidang.. Jayalah selalu indonesia ku..

February 2 at 7:22am

Igus- Rafidayan Walaupun gagal tahun ini jangan patah arang, perlu tahunan untuk *invest* langsung kehati rakyat, untuk itu jangan berhenti mengabdikan...,masih ada kesempatan 2014

Selamat berjuang bung yuddy.....

Ihsan Faturrahman kredibilitas sesuatu yang penting untuk dijaga, kejujuran layak selalu dibela, saya lebih senang dengan posisi bung yuddy seperti sekarang ini, karena bangsa ini masih butuh komentator ulung usia muda dalam konteks politik! seperti anda. salam hormat dan kenal saya, terimakasih telah menerima sebagai teman bung!

February 10 at 9:42pm

Ketika konvensi nasional DIB berlangsung di Ujung Pandan dan Manado, Yuddy juga menyampaikan kegiatan politiknya kepada khalayak di *Facebook*:

Yuddy Chrisnandi terbang ke Ujung Pandang mengikuti konvensi Capres DIB putaran 6, Sabtu 16 Februari jam 9 WIT bertempat di Gedung Mulo Jl. Jend. Sudirman 23 Makasar.

February 13 at 9:57am

Yuddy Chrisnandi berada di Gd.Mulo Ujung Pandang,Konvensi Capres putaran ke-6, mempresentasikan visi strategis Indonesia 0914; makmur,mandiri &bermartabat!! mohon doa dan dukungannya

February 14 at 8:44am

Yuddy Chrisnandi Mengharapkan kehadiran teman-teman FB Manado, senin pagi jam 9.30 di Ballroom Hotel Yuta, Jl.Santo Yosef, paparan Indonesia Masa Depan. Salam Perubahan!!

February 15 at 10:34pm

Dari khalayak di *Facebook*, Yuddy mendapat komentar sebagai berikut:

Erick Gabriel Kawatu Selamat atas suksesnya kunjungan anda di Manado..... (di Yuta Hotel, LDH di Tuminting, Jalan Roda, Tomohon) *i was there....!* anda berhasil memukau banyak kalangan.

February 16 at 3:56pm

PakDe Bambang Harijanto dari hati kecil yang terdalam....saya berdoa..dan berupaya untuk mendukung Pak Yuddy...kiranya Tuhan Membimbing langkah-langkah kecil Pak Yuddy....sampai pada tujuan yang diharapkan oleh masyarakat Indonesia....Bravo PakYuddy...berjuang pantang menyerah...GBU

February 21 at 6:53pm

Irfan Darsina mendukung inisiatif kaum muda memimpin negeri ini. kalau belum berhasil menjadi presiden, minimal posisi wakil presiden. Terus berjuang untuk kejayaan bangsa...

February 22 at 11:34am

Ketika konvensi nasional DIB berlangsung di Pontianak, Yuddy mengundang khalayak di *Facebook* untuk datang memberikan dukungan padanya:

Yuddy Chrisnandi Mengharapkan kehadiran teman-teman FB di Konvensi Capres DIB putaran 7, selasa 24 Februari. jam 9.30 di Gedung Kartini, jl.A Yani-Pontianak-Kalbar, YCh-boarding to Pontianak.

February 23 at 2:20pm

Yuddy Chrisnandi tiba di Pontianak bersama team. Konvensi Capres DIB putaran 7 bertempat di Taman Budaya, Jl. A. Yani, Selasa pagi. YCh angkat isu urgensi pemb. wil. perbatasan

February 23 at 4:31pm

g. Note

Seorang kandidat juga bisa mem-*posting* "notes" pada para pendukungnya (Williams & Gulati, 2007, hal. 6). Hal tersebut juga dilakukan oleh Yuddy dalam *Facebook*nya. Setidaknya ada 13 *notes* yang terdapat dalam *Facebook* Yuddy dengan beragam tema, mulai dari jadwal konvensi nasional DIB dan *roadshow* di Jawa Timur, hingga pendapat dan gagasan politik Yuddy. Salah satunya seperti yang terlihat dalam kutipan berikut ini:

YAKIN KITA BERUBAH

Monday, September 22, 2008 at 9:47pm

Lihatlah peta dunia. Betapa strategis letak geografis Indonesia. Diapit oleh dua benua, Asia dan Australia. Ditopang oleh dua Samudera, Hindia dan Pasifik.

Negara Indonesia sungguh lapang dan terbuka.

Lihatlah peta kawasan Asia Tenggara. Betapa luas wilayah Negara Republik Indonesia. Membentang luas seolah hanya menjadi "pinggiran" kepulauan kita.

Lihatlah daratan Indonesia. Memiliki sumber daya alam yang merata. Tak ada kepulauannya yang kerontang seperti padang pasir. Sekalipun di pulau yang

terpencil yang seolah dibatas cakrawala.

Arungilah sungai dan jeram Nusantara. Airnya menjanjikan kesuburan padi dan palawija. Batang harinya menyediakan udang dan belida. Jika terus terjaga, niscaya memberi nayaka dan jelata makan yang jauh batasnya.

Menyelamlah ke dalam lautan kita. Bukan hanya ada ikan namun juga mutiara.

Bahkan minyak dan gas segala. yang akan terus menjadi perebutan segala bangsa di dunia.

Galilah tanah kita. Air bersih sudah pasti didapat memancar dengan mudah dari tanah. Tak kalah mengendap di dalmnya ragam logam barang berharga

senampak emas dan tembaga.

Tetapi, mengapa bangsa kita terus menjadi bangsa yang sering dihina dan kehilangan marwah?

Sangatlah tergantung negara kawan dan tetangga. Seolah Indonesia akan hilang tanpa berhutang. Sedikit dollar terguncang, APBN kita bergoyang. Gagal panen di Vietnam, isi periuk kita akan terancam. Malaysia tolak tenaga kerja, pengangguran meradang terbuka. Seakan minyak kita akan tetap di perut Bumi sana tanpa perusahaan Amerika.

Mengapa?

Kita semua anak bangsa patut memikirkan semuanya untuk menghalau kabut dari ufuk masa depan. Generasi pendahulu telah sangat berjasa merintis jalan bangsa dan negara serta merampungkan kepatutan generasinya.

Kita para generasi bermasa depan patut bergerak dengan pikiran dan tindakan untuk masa depan kita sendiri. Wahai Kaum Muda Bangun dan Bersuaralah dari seluruh penjuru persada!!! Karena kita ...YAKIN KITA BERUBAH!!!

Setiap khalayak dalam *Facebook Yuddy* bisa memberikan komentar, diantaranya seperti berikut:

Jusup Silitonga at 10:08pm September 22, 2008

Keyakinan saja tidak cukup, Pak Yuddy. Dibutuhkan usaha & karya nyata. Karena wacana tanpa tindakan adalah nol besar. Dan semuanya itu membutuhkan proses yang pasti memakan waktu. Karena semua yang instan pada dasarnya adalah rapuh adanya. Saya bukanlah orang yang pesimistis, tapi saya adalah orang yang realistis.

h. Photo dan video

Selain *notes*, terdapat enam klip video yang di-*posting* oleh khalayak dalam *Facebook Yuddy*. Video tersebut diantaranya bercerita tentang kegiatan politik Yuddy dan cuplikan berita televisi tentang Yuddy.

4.6 Interpretasi: Manfaat *Facebook* untuk Komunikasi Politik

Informasi berisi gagasan atau pendapat, visi, misi, dan kegiatan politik politikus dituliskan dan disampaikannya lewat *status* dan *wall* dalam *Facebook*. Khalayak dalam *Facebook* merespon dengan memberikan beragam komentar dalam bentuk masukan, kritik, dan dukungan untuk politikus. Dilihat dari komentar-komentar yang dituliskan oleh khalayak dalam *Facebook*, politikus dapat meraih dukungan. Respon balik dari juga bisa dilakukan oleh politikus sehingga terjadi komunikasi dalam *Facebook*. Seperti yang terjadi antara Yuddy sebagai komunikator politik dan khalayak dalam *Facebook* Yuddy. Bentuk komunikasi tersebut bisa berupa *one to many* maupun *many to many communication*, seperti yang dinyatakan Barnes (2003) dan Bonchek (1997) bahwa *CMC* bisa mendukung komunikasi interpersonal dan dapat menyebarkan pesan dari satu orang ke banyak penerima pesan yang lain (Jenghoon Lee, 2006, hal. 17).

Meskipun demikian, sebagai komunikator politik sekaligus politikus yang menyatakan diri sebagai capres, Yuddy harus memelihara hubungan yang sudah terjalin antara dirinya dengan khalayak dalam *Facebook*. Karena komunikasi politik mencerminkan adanya interaksi yang terus-menerus antar elit politik dan masyarakat dengan maksud agar aspirasi masyarakat dapat diartikulasikan sehingga aktor politik itu sendiri memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara memperjuangkan aspirasinya (Muhtadi, 2008).

Komunikasi dalam *CMC*, menurut Walther sangat bergantung pada *verbal cues* berupa pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator (Griffin, 2006, hal. 144). Politikus bisa menyampaikan pesan-pesan yang bisa menarik perhatian di dalam *Facebook*. Demikian juga yang terlihat dalam *Facebook* Yuddy. Informasi politik yang disampaikan oleh Yuddy banyak menarik perhatian khalayak yang terlihat dalam komentar-komentar dari khalayak. Dari informasi yang dituliskan dan disampaikan Yuddy untuk khalayak banyak yang berisi pendapat atau gagasan politik Yuddy yang menawarkan solusi dan memberikan pencerahan bagi khalayak. Yuddy menyusun pesan-pesan tersebut berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman. Selain itu, ia juga menyusun pesan berdasarkan data, fakta, dan

pendapat. Dengan demikian, Yuddy menggunakan dua metode sekaligus dalam strategi komunikasi politik seperti yang dijelaskan Ardial (2009) yakni metode penyusunan dan penyampaian pesan secara edukatif dan informatif.

Selain itu, dalam *Facebook* seorang politikus juga bisa menyampaikan pesan politik berkali-kali atau mengulang-ulang informasi politik kepada khalayak. Pengulangan tersebut sejalan dengan salah satu faktor penting yang dinyatakan Walther yakni *extended time*, dimana sebagai komunikator dalam *CMC* Yuddy harus mengulang pesannya berulang kali (Griffin, 2006, hal. 147). Dalam *Facebook*-nya, Yuddy juga terlihat melakukan pengulangan pesan hingga beberapa kali, baik pesan yang berisi informasi tentang pendapat atau gagasan politik, visi dan misi politik, maupun tentang kegiatan politiknya. Tindakan Yuddy itu menunjukkan bahwa Yuddy menggunakan metode penyusunan dan penyampaian pesan secara *redundancy* atau mengulang-ulang pesan.

Selain melakukan strategi komunikasi politik berupa penyusunan dan penyampaian pesan dalam *Facebook*, politikus yang menggunakan *Facebook* sebagai medium komunikasi politik juga dapat memanfaatkan fitur-fitur dalam *Facebook* sebagai medium kampanye politik. Dalam *Facebook*, Yuddy menuliskan informasi pribadi secara rinci dalam profilnya, seperti yang dinyatakan Boyd dan Ellison (2007) bahwa setelah bergabung dengan situs jaringan sosial seperti *Facebook*, seseorang diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan yang akan mencerminkan profil mereka.

Untuk memperluas jaringan dan menambah dukungan di dalam jaringan *Facebook*, politikus bisa bergabung dengan sejumlah kelompok atau *group* dan juga dapat membuat *group*. Dalam *Facebook*-nya, Yuddy juga ingin menunjukkan bahwa ia mendukung sejumlah kelompok atau *group* yang mengusung beragam tema. Tindakan tersebut dilakukan Yuddy untuk memperluas jaringan dengan tujuan bisa menambah dukungan baginya. Williams dan Gulati (2007) menyatakan bahwa situs jaringan sosial yang besar memungkinkan anggotanya untuk membentuk *group* dengan beragam tema. Selain mendukung sejumlah *group*, Yuddy juga membentuk *group* dengan nama YCH4P'09. Menurut Westling (2007) fitur yang sering digunakan untuk komunikasi politik dalam *Facebook* adalah *group*. Namun, Yuddy belum banyak memberikan perhatian

terhadap tema atau topik yang bisa didiskusikan dalam *group* tersebut. Karena hanya ada satu tema diskusi dalam fitur *discussion board* dalam *group* YCH4P'09 yakni mengenai Kabinet Pembaruan Indonesia. Dalam *group* tersebut Yuddy juga menuliskan mengenai dirinya mulai dari pengalaman dan perjalanan karir di politik, prestasi-prestasi yang pernah dicapainya hingga gagasan politiknya. Semua yang diungkapkan Yuddy mencerminkan kesan-kesan positif mengenai dirinya. Oleh Walther tindakan tersebut disebut dengan *selective self-presentation* (Griffin, 2006, hal. 149).

Selain menciptakan *group* untuk memperluas dukungannya, Yuddy juga membuat *page* yang memang tujuan utamanya adalah mengetahui seberapa banyak dukungan untuk dirinya. Hingga Mei 2009, jumlah dukungan (*supporter*) bagi Yuddy tercatat lebih dari 700 orang. Jumlah tersebut mungkin masih terbilang kecil, namun kemungkinan akan bisa bertambah seiring pencalonan Yuddy sebagai capres terus berjalan. Sama halnya dengan *group*, dalam *page* Yuddy juga menuliskan informasi pribadi secara rinci, mencantumkan foto-foto kegiatan politiknya, serta mengajak khalayak untuk mendukungnya yang dituliskan dalam *wall*. Namun, dalam fitur *boxes* yang berisi empat topik diskusi Yuddy belum terlibat secara langsung dalam diskusi tersebut. Semua topik diskusi justru hanya berasal dari khalayak (para pendukung).

Demikian juga dengan tiga belas *note* yang diposting Yuddy dalam profilnya belum sepenuhnya mencerminkan pendapat atau gagasan Yuddy. Kebanyakan adalah *note* yang diambil dari pidato atau tulisan orang lain yang dianggap mencerminkan pendapat atau gagasan dan menginspirasi Yuddy.

Seorang politikus yang memanfaatkan Facebook sebagai medium komunikasi politik dapat mengungkapkan dirinya yang berisi informasi-informasi positif untuk membentuk kesan-kesan yang baik dari khalayak dalam jaringan Facebook-nya. Informasi-informasi yang dituliskan Yuddy dalam profil di Facebook-nya mulai dari yang berisi data pribadi hingga perjalanan karir politik dan pengalaman di organisasi politik serta prestasi yang berhasil diraihinya merupakan bentuk pengungkapan identitas dan jati dirinya. Dengan demikian khalayak dalam Facebook Yuddy bisa mendapatkan informasi tentang siapa Yuddy. Dalam Facebook, Yuddy juga mengetahui informasi tentang teman-

temannya. Jika kedua belah pihak sudah bisa saling mendapatkan informasi-informasi tersebut maka hubungan bisa tumbuh yang oleh Walther disebut sebagai *social information processing theory*, dimana informasi-informasi tersebut digunakan untuk membentuk kesan-kesan interpersonal mengenai siapa diri mereka (Griffin, 2006, hal. 143). Pengungkapan diri tersebut juga bermanfaat untuk meraih simpati dan dukungan dari khalayak dalam *Facebook*.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat memudahkan seseorang, organisasi, institusi politik, dan pemerintah dalam berkomunikasi dan berdiskusi mengenai informasi-informasi politik. Diawali dengan internet politik yang dimanfaatkan Bill Clinton untuk menyebarkan teks pidatonya saat kampanye. Setelah internet, *website* juga digunakan oleh kandidat dan partai politik untuk mensosialisasikan visi, misi, gagasan, dan kegiatan politiknya.

Lalu dilanjutkan dengan perkembangan teknologi *Web 2.0* yang diantaranya melahirkan situs jaringan sosial seperti *Facebook*. *Facebook* juga dimanfaatkan oleh para kandidat sebagai medium kampanye politik. Yuddy Chrisnandi yang menyatakan diri sebagai calon presiden (*capres*) dan berangkat dari konvensi nasional Dewan Integritas Bangsa (DIB) menggunakan *Facebook* sebagai medium untuk mensosialisasikan pendapat atau gagasan politik, visi dan misi, serta kegiatan politiknya dengan tujuan mendapatkan dukungan dari khalayak.

Untuk mendapatkan dukungan tersebut Yuddy harus melakukan strategi komunikasi politik dalam *Facebook* miliknya. Selain itu, Yuddy juga bisa mengoptimalkan fitur-fitur dalam *Facebook* sebagai medium kampanye politik yang dijalankannya.

Banyak pakar mencoba mendefinisikan komunikasi politik. McNair (2003) mendefinisikan komunikasi politik "*purposeful communication about politics*" yang diantaranya mencakup segala bentuk komunikasi yang dimulai oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk tujuan mencapai maksud tertentu (hal. 4). Komunikasi politik yang dilakukan Yuddy disini untuk mensosialisasikan pemikiran politik dengan tujuan meraih simpati sehingga mendapatkan dukungan khalayak.

Namun, berhasil-tidaknya kegiatan komunikasi politik yang dilakukan Yuddy bergantung pada strategi komunikasi politik yang dijalankannya. Ardial (2009) menyatakan bahwa strategi yang harus dijalankan oleh Yuddy diantaranya bagaimana menyusun pesan persuasif dan menetapkan metode penyampaian dan penyusunan isi pesan politik yang sesuai. Keduanya berkaitan dengan pesan. Hal tersebut karena medium yang dipilih Yuddy, *Facebook*, merupakan bentuk komunikasi bermediakan komputer yang menurut Walther banyak bergantung pada *verbal cues* atau pesan-pesan teks saja untuk menyampaikan informasi (Griffin, 2006, hal. 144).

Sejumlah fitur dalam *Facebook* juga bisa dimanfaatkan Yuddy untuk menampilkan dirinya yang tercermin dalam informasi-informasi pribadi dan menyampaikan dan menyebarluaskan pemikiran, pendapat, visi, hingga kegiatan politik.

Dengan menggunakan pendekatan metodologi kualitatif –deskriptif dan observasi isi *Facebook* selama pengumpulan data serta melakukan wawancara dengan subjek penelitian, Yuddy Chrisnandi, bisa diketahui bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan Yuddy dalam *Facebook*. Selain itu, dapat diketahui juga bagaimana Yuddy mengoptimalkan *Facebook* sebagai medium kampanye politik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai politikus Yuddy bisa mendapatkan dukungan dari khalayak di dalam jaringan *Facebook*-nya. Kendati dukungan tersebut baru sebatas dukungan yang disampaikan secara tertulis di dalam *Facebook*. Sejauh ini, khalayak di dalam jaringan *Facebook* Yuddy masih sebatas menyetujui visi, gagasan dan pendapat politik Yuddy. Yuddy masih memerlukan dukungan yang sifatnya nyata. Dalam *Facebook*-nya terlihat bahwa Yuddy juga menjalankan fungsi komunikasi politik seperti yang diungkapkan Cangara (2009) yakni (1) memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukannya sebagai politikus sekaligus capres yang berangkat dari konvensi nasional DIB, (2) melakukan sosialisasi kebijakan dan program politik, (3) meningkatkan aktivitas politik diantaranya melalui komentar-komentar politik. Namun, sebagai komunikator politik Yuddy Chrisnandi baru melakukan strategi komunikasi politik pada tahapan metode penyusunan dan penyampaian isi

pesan saja. Dari enam metode penyusunan dan penyampaian isi pesan tersebut yang paling sering dipilih dan dilakukan oleh Yuddy adalah metode *redundancy*, *informatif*, dan *edukatif*.

Dalam metode informatif, informasi yang disampaikan kepada khalayak berdasarkan data, fakta, dan pendapat. Sementara dalam metode edukatif, informasi yang disampaikan berdasarkan pendapat, fakta, dan pengalaman. Namun, hal yang menjadi dasar isi pesan dengan metode penyampaian dan penyusunan secara edukatif dan informatif tersebut hanya dituliskan Yuddy dalam sebuah buku *Perubahan Akan Datang*. Karena itu, sebaiknya tiga hal tersebut disampaikan Yuddy secara singkat, padat, dan jelas di *status Facebook* miliknya. Dengan demikian akan memudahkan khalayak untuk mengetahui dan mempelajari dengan cepat latar belakang gagasan-gagasan politik Yuddy. Sehingga tidak perlu memakan waktu banyak dengan mengambil buku tersebut di ruang kerjanya di gedung DPR, seperti yang dijanjikan Yuddy lewat *Facebook*-nya.

Sementara itu, sedikitnya topik diskusi yang terdapat dalam *group* YCH4P'09 menunjukkan bahwa Yuddy belum memaksimalkan *group* tersebut sebagai salah satu wadah diskusi dengan para pendukungnya di *Facebook*. Sejauh ini, topik-topik diskusi dalam fitur *group* maupun fitur *page* milik Yuddy baru di-*posting* oleh anggota *group* maupun pendukung Yuddy dalam fitur *page*. Sebagai kandidat, Yuddy belum terlibat langsung dalam diskusi tersebut. Jika Yuddy bisa terlibat secara langsung maka para anggota *group* dan pendukungnya di *page* bisa secara lebih detil mengetahui bagaimana gagasan, visi, misi politik Yuddy. Sehingga pada akhirnya mereka bisa memberikan penilaian secara objektif. Demikian juga tiga belas topik yang terdapat dalam fitur *note* di *Facebook* Yuddy belum sepenuhnya mencerminkan pemikiran atau gagasan politik Yuddy.

Dalam fitur video yang tersedia, Yuddy juga belum mengoptimalkannya. Padahal fitur video bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan pidato singkat Yuddy mengenai gagasan politiknya, seperti memerangi 5K yakni Kemiskinan, Kebodohan, Ketidakadilan, Korupsi, dan Ketergantungan pada pihak asing. Misalnya, Yuddy bisa menampilkan lima menit pidatonya secara singkat untuk satu gagasan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan di masa mendatang ada penelitian lebih lanjut yang membahas tidak hanya strategi komunikasi politik dalam *Facebook* dan optimalisasi *Facebook* untuk medium kampanye politik tetapi juga melihat bagaimana hasil yang diperoleh kandidat dengan menggunakan *Facebook* sebagai medium komunikasi politik. Apakah kandidat juga bisa memperoleh dukungan dalam bentuk dana atau hanya sebatas dukungan dalam bentuk suara. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai hal tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian, penulis menyarankan sebaiknya politikus sebagai komunikator politik yang memanfaatkan *Facebook* dapat lebih mengoptimalkan fitur-fitur *Facebook* sebagai medium untuk menyampaikan informasi politik yang tujuannya meraih dukungan khalayak di dalam jaringan *Facebook*. Dengan demikian bisa memperdalam pemahaman bagi masyarakat luas akan pemanfaatan situs jaringan sosial sebagai medium komunikasi politik. Selain itu, mereka juga lebih dapat memahami interaksi dalam komunikasi politik antara kandidat dengan publik atau khalayak melalui komunikasi berbasis internet.

DAFTAR REFERENSI

I. BUKU

- Ardial (2009). *Komunikasi politik*. Jakarta: Indeks
- Auter, Philip J. The Internet and The *World Wide Web*. In August E. Grant (Ed). (1996). *Communication Technology Update* (5th ed). USA: Focal Press.
- Cangara, Hafied (2009). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dominick, Joseph R (2009). *The dynamics of mass communication* (10th ed). New York: McGraw-Hill.
- Effendy, Onong Uchjana (2002). *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah (2007). *Marketing politik antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Flew, Terry (2005). *New media an introduction* (2nd ed). Oxford University Press.
- Friedman, Thomas L (2006). *The world is flat: Sejarah ringkas abad ke-21*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.
- Imawan, Riswanda (1997). *Membedah politik orde baru*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Ja'far, Muhammad dan Ahmadi, Didi (2008). *"Obama-Obama" Indonesia, yang muda inspirasi perubahan*. Jakarta: RMBOOKS.
- Malik, Dedy Djameluddin (1999). *Media massa dan krisis komunikasi politik, sebuah pengantar pada peradaban komunikasi politik*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- Miles, Matthew B. dan Huberman, A. Michael (1992). *Analisis data kualitatif* (Tjetjep Rohendi Rohidi, penerjemah). Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Mirabito, Michael M.A. dan Morgenstern, Barbara L (2004). *The new communications technologies: Appllications, policy, and impact* (5th ed). USA: Focal Press.
- Moleong, Lexy. J (2004). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Muhtadi, Asep Saeful (2008). *Komunikasi politik indonesia, dinamika islam politik pasca-orde baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy (2003). *Metodologi penelitian kualitatif paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimein (1989). *Komunikasi politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Neuman, W. Lawrence (2003). *Social research methods qualitative and quantitative approaches* (5th ed). Pearson Education.
- Nimmo, Dan (1978). *Political communication and public opinion in America*. Santa Monica, California: Goodyear Publishing Company.
- Obama, Barack (2008). *Dari Jakarta Menuju Gedung Putih* (Ruslani dan Lulu Rahman, Penerjemah). Jakarta: Ufuk Press.
- Pavlik, John V (1996). *New media technology* (2nd ed). Columbia University.
- Rossman, Gretchen B. dan Rallis, Sharon F (2003). *Learning in the field: An Introduction to Qualitative Research* (2nd ed). Sage Publication.
- Saragih, Simon (2009). *Ketekunan dan hati putih Barack Obama: Kisah lengkap perjalanan hidup dan karier politik*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Sugiyono (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Simmons, Robert. E (1990). *Communication campaign management: A systems approach*. New York: Longman.
- Tedesco, John C (2004). Changing the channel: Use of the internet for communicating about politics. In Lynda Lee Kaid (Ed). *Handbook of political communication research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.
- Venus, Antar (2004). *Manajemen kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Walther, Joseph (2006). Social information processing theory. In EM. Griffin (Ed). *A first look at communication theory* (6th ed). McGraw Hill.
- Wood, Andrew F. dan Smith, Matthew J (2005). *Online communication* (2nd ed). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

II. PUBLIKASI ELEKTRONIK

Amir, Sulfikar (n.d). *Demokrasi dan Teknologi*. 13 maret 2009.

<http://www.theindonesianinstitute.org/gdemo02.htm>

Amri, Arfi Bambani dan Puspasari, Shinta Eka (4 Desember 2008). *Sultan ikut konvensi calon presiden DIB*. 11 Maret 2009.

http://politik.vivanews.com/news/read/13707-sultan_ikut_konvensi_calon_presiden_dib

Asia internet usage and population (n.d). March 13, 2009.

<http://internetworldstats.com/stats3.htm>

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (n.d). *Statistik APJII updated Desember 2007*. 13 Maret 2009.

<http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=ind>

Boyd, Danah M. dan Ellison, Nicole B (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1), article 11. February 12, 2009.

<http://jCMC.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Bung Tomo jr ikuti semua konvensi DIB (22 Januari 2009). 11 Maret 2009.

<http://www.inilah.com/berita/politik/2009/01/22/78160/bung-tomo-jr-ikuti-semua-konvensi-dib/>

Caldwell, Matthew dan Chakravarty, Sujoy (n.d). *Internet political campaigns: Delving into the demography of the digital divide*. Department of General Studies School of Social Science The University of Texas, Dallas dan Economics Area, Indian Institute of Management Ahmedabad, Gujarat, India. 31 Maret 2009.

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=623701

Darmawan, Indra (Oktober, 2008). *Kampanye digital, dari dangdut ke jejaring sosial*.

http://teknologi.vivanews.com/news/read/1414-dari_dangdut_ke_jejaring_sosial

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of *Facebook* "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. February 12, 2009. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Fadjoel Rachman serius calonkan diri sebagai capres (22 Juli 2008). 21 Juni 2009. <http://nasional.kompas.com/read/xml/2008/07/22/21034830/fadjoel.rachman.serius.calonkan.diri.sebagai.capres>
- Faris, David (2008). *Revolution without revolutionaries? network theory, Facebook, and the egyptian blogosphere.*
- Gross, Grant (15 September 2006). *Social networking sites: The next big thing in politics.* http://www.infoworld.com/article/06/09/15/HNsocialnetworkpolitics_1.html
- Gross, Ralph dan Acquisti, Alessandro (2005). *Information revelation and privacy in online social networks (The Facebook case).* School of Computer Science Carnegie Mellon University, Pittsburgh dan School of Public Policy and Management Carnegie Mellon University, Pittsburgh. <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-Facebook-gross-acquisti.pdf>
- Kelly, Chris (n.d). *Five main ways to use social networking in politics.* February 26, 2009. http://www.newpolitics.net/sites/ndn-newpol.civicaactions.net/files/NPI_Leverage_Social_Networks.pdf
- Lee Han Shih (1 Mei 2008). *Obama, China's youth find allies in social networks.* 26 Februari 2009. <http://www.asia-inc.com/index.php/component/content/article/118-obama-and-chinas-youth-find-powerful-allies-in-social-networks?showall=1>
- Lenhart, Amanda. *Pew internet project data memo.* January 14, 2009. http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Adult_social_networking_data_memo_FINAL.pdf

Levy, Joshua and Sifry, Micah L (April 6, 2007). *Did Facebook play favorites with Obama?* February 26, 2009.

http://techpresident.personaldemocracy.com/blog/entry/382/did_Facebook_play_favorites_with_obama

Mardanih (20 November 2008). *Kriteria pemimpin muda PKS: Integritas-kredibilitas*. 27 Maret 2009.

<http://news.okezone.com/read/2008/11/20/267/166064/267/kriteria-pemimpin-muda-pks-integritas-kredibilitas>

Marwah Daud *deklarasi jadi capres* (6 November 2008). 13 Maret 2009.

<http://www.fajar.co.id/index.php?act=news&id=54143>

Multimedia. 10 Maret 2009

<http://en.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

Nugroho, Fristiandi (20 November 2008). *Rizal Mallarangeng mundur dari bursa capres 2009*. 21 Juni 2009. <http://www.swaberita.com/2008/11/20/politik/rizal-malarangeng-mundur-dari-bursa-capres-2009.html>

Norris, Pippa (February 16, 2004). *Political communications*. February 1, 2009. Harvard University.

<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/ Acrobat/Political%20Communications%20encyclopedia2.pdf>

Online social networking sebagai salah satu media kampanye 2009. (17 Juni 2008). February 13, 2009. <http://www.hdn.or.id/index.php/artikel/2008/online-social-networking-sebagai-salah-s-2009>

Penetrasi Broadband Indonesia Ditargetkan Capai 20% Pada 2012. (5 Maret 2008). 13 Maret 2009.

http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=7021&Itemid=695

Rycroft, Alan E (2007). *Young adults and virtual public spheres: Building a new political culture*. February 1, 2009. Canada: Royal Roads University.

http://sunshinecommunications.ca/articles/virtual_public_spheres.pdf

Saad Hamid. *Web 1.0 vs Web 2.0, the difference*. (n.d)

<http://www.sizlopedia.com/2007/08/18/web-10-vs-web-20-the-visual-difference/>

Sultan tak hadiri konvensi DIB (10 Januari 2009). 11 Maret 2009.

<http://www.inilah.com/berita/politik/2009/01/10/74805/sultan-tak-hadiri-konvensi-dib/>

Ward, Ian dan Cahill, James (n.d). *Old and new media: Blogs in the third age of political communication*. February 1, 2009. The University of Queensland.

http://arts.monash.edu.au/psi/news-and-events/apsa/refereed-papers/media-and-culture/ward_cahill.pdf

Westling, Mike (2007). *Expanding the public sphere: The impact of Facebook on political communication*. February 26, 2009. UW-Madison.

http://www.thenewvernacular.com/projects/Facebook_and_political_communication.pdf

Williams, Christine B. dan Gulati, Girish J. "Jeff" (2007). *Social networks in political campaign: Facebook and the 2006 midterm elections*. Bentley College, Department of International Studies.

http://www.bentley.edu/news-events/pdf/Facebook_APSA_2007_final.pdf

Yuddy Chrisnandi serahkan pengunduran diri sebagai caleg golkar ke kpu (8 September 2008). 13 Maret 2009.

<http://www.indonesiaontime.com/politik/pemilu/4-pemilu/6447-yuddy-chrisnandi-serahkan-pengunduran-diri-sebagai-caleg-golkar-ke-kpu.html>

Yuddy resmi mundur dari caleg golkar (3 September 2008). 13 Maret 2009.

<http://www.kompas.com/read/xml/2008/09/03/12043496/yuddy.resmi.mundur.dari.caleg.golkar>

Zimmermann, Ann (April 26, 2002). *Internet – a new potential for European political communication?*

<http://europub.wzb.eu/Data/reports/WP4/WP4%20CR/D4-1-DE.pdf>

III. TESIS

- Watik, Usman Abdhali (2005). *Strategi kampanye politik untuk calon presiden RI dari partai amanat nasional (Kampanye Amien Rais dalam pilpres 2004)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mentari, Dini (2006). *Konstruksi citra politisi selebriti untuk political marketing memanfaatkan weblog (Studi kualitatif weblogs Angelina Sondakh)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Putra, Budi (2008). *Konstruksi citra tokoh politik lewat new media (Studi kasus weblog menteri pertahanan republik Indonesia Juwono Sudarsono)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hariyanto, Nur Budi (2005). *Strategi kampanye dalam pemilihan presiden langsung: Studi kasus strategi dan manajemen kampanye Susilo Bambang Yudhoyono dalam pemilu 2004*. Jakarta: Universitas Indonesia.

IV. DISERTASI

- Jenghoon Lee (2006). *Computer-mediated communication as political communication: Investigating the agenda-setting function*. The Florida State University, College of Communication.
- Disertasi Merlyna Lim (n.d) mengenai *Peran internet dan proses demokrasi politik di Indonesia* seperti dikutip Fediya Andina. 12 Maret 2009
http://www.ranesi.nl/tema/detakbumi/internet_politik051024

V. MATERI KULIAH

- Irwansyah (6 Desember 2007). *The influence of the internet on politics*. Universitas Indonesia.

VI. ARTIKEL JURNAL

- Ryfe, David Michael (2001). History and political communication: An introduction. *Journal of Political Communication*, 18, 407-420.

VII. WAWANCARA

- Chrisnandi, Yuddy. (22 April 2009). Wawancara pribadi.

LAMPIRAN A

Hasil Wawancara penulis dengan Yuddy Chrisnandi

Mengapa Anda menggunakan Facebook sebagai Medium Komunikasi Politik?

Untuk seorang politisi seperti saya *Facebook* menjadi sangat penting untuk memperluas konstituen. Kedua untuk dapatkan dukungan. Dan juga untuk mempengaruhi cara berpikir masyarakat setidaknya yang didalam komunitas *Facebook* itu agar mereka mengamini pandangan-pandangan kita. Nah dengan demikian ini kan yang bisa menggunakan internet pasti kan kelas menengah ke atas bukan menengah ke bawah. Yang menggunakan komunikasi lewat iptek, IT itu pasti mereka yang haus informasi dan memang mereka agen-agen penyebar informasi. Jadi mereka ini dari sisi kualitas sdm dan wawasan dipastikan adalah orang-orang yang lebih dibandingkan mayoritas yang lain. Sehingga komunitas *Facebook* dalam pandangan saya juga sebagai agent of change terhadap gagasan-gagasan pembaharuan.

Nah oleh karena itu kenapa saya harus selalu meng-*update* status saya agar orang mengetahui langkah-langkah saya sebagai seorang politisi itu apa saja sehingga mereka bisa memberikan penilaian, pada saatnya ini memadai ga sih untuk menjadi pemimpin nasional yang akan datang. Dia masuk *ngga* kriteria sebagai calon pemimpin nasional yang berkualitas karena pandangan-pandangannya setiap saat saya *tag*. Jadi di *status* itu tidak hanya menyampaikan saya kemana dan bertemu dengan siapa..itu hanya untuk menunjukkan bahwa saya memiliki *concern* sosial dan saya memiliki sebuah pola yang konsisten terhadap langkah-langkah politik saya. Jadi saya bergerak terus, itu yang pertama. Kedua, di status selain menyampaikan kegiatan saya, kemana saya, saya juga menyampaikan pandangan saya untuk memberikan gambaran kepada orang yang membaca bahwa saya punya visi. Saya punya gagasan. Misalnya, saya bicara indonesia hadapi lima agenda utama (5K) kan saya beritahu tuh. Indonesia akan hadapi 5 tantangan global, kan ada tantangan globalnya. Lalu indonesia perlu lakukan restorasi, apa restorasinya, lalu tiga pilar kekuatan yang harus dibangun. Nah kalau orang yang ikuti status-status saya secara konsisten insya Allah dia akan memiliki sebuah penilaian bahwa saya tidak hanya sekedar melakukan langkah-langkah politik tetapi juga memberikan pencerahan kepada orang-orang yang saya temui dan gagasan-gagasan saya.

Nah diharapkan orang-orang ini bisa membandingkan apa-apa yang saya lakukan walaupun dia hanya lihat lewat *Facebook*. *Facebook* ini merupakan salah satu cermin ya dengan apa yang dilakukan politisi-politisi lain. Setidaknya lewat *Facebook* dia bisa bandingkan apakah di status-statusnya pak jk juga memberikan pencerahan? Apakah di status-statusnya prabowo, megawati juga memberikan pencerahan? saya *ngga* tau ya. Mereka kan hanya menggarap basis dukungan fans club, jadi fans, dia bikin profil prabowo di dalamnya tapi kan statusnya begitu-begitu saja dan saya berani bertaruh, pak JK tidak mengerjakan sendiri, Prabowo, Wiranto bahkan SBY pun tidak mengerjakan sendiri.

Universitas Indonesia

Pesan seperti apa yang memberikan pencerahan?

Pesan yang mengarah ke pencerahan yang paling gampang misalnya saya mengatakan bahwa ada 5 agenda utama yang dihadapi Indonesia yang harus kita perangi. Itu ada kemiskinan, kebodohan, ketidakadilan, korupsi, ketergantungan pada pihak asing. Dengan saya menyampaikan ini saja 5 hal, ini kan merupakan rangkuman dari berbagai macam referensi yang saya miliki. Kan *ngga* mungkin saya tuliskan semua. Kalau saya tuliskan semua jadinya mungkin segini. (menunjukkan buku). Tapi dengan demikian di *status* itu ada komentar. Anda lihat ada belasan komentar, puluhan kadang-kadang. Wah bicara kemiskinan itu kan semua pimpinan negara juga membicarakan, kebodohan kita udah tau...

Nah dari situ ada proses komunikasi dan dialog. Saya menjawab, saya akan memberikan respon atas komentar-komentar ini. Saya katakan: yang memang betul kalau kita bicara soal kemiskinan, semua bicara kemiskinan. Tetapi apakah ada pemimpin nasional yang secara spesifik menyampaikan gagasan bagaimana memerangi. Semua itu kan pada batasan mengentaskan. Tetapi karena persoalannya sudah masif, 34,9 juta dibawah garis kemiskinan. Kemiskinan absolut. Sementara kemiskinan relatif bisa dua kali lipat dari itu, misalnya 70 juta. Maka yang harus dilakukan adalah ini...ini...ini...kan saya memberikan pencerahan tuh terhadap orang yang tanya itu. Atau di dalam respon juga saya misalnya ada..kan banyak yang komen.,kadang-kadang saya memberikan komen yang panjang, ngeliat ini orang bagaimana nanggapinnya lalu kan saya harus sampaikan pandangan saya, saya tidak mengabaikan. Karena saya menganggap semua orang yang ada di *Facebook* itu memiliki itikad baik. Minimal itikad baik untuk mengenal saya. Yang kedua mereka masuk, kan ini jaringan persahabatan, ingin bersahabat berarti mendukung. Oleh karena itu saya harus bisa menjaga mereka agar mereka bisa nyaman di dalam jaringan persahabatan tersebut.

Dengan demikian saya harus membuka komunikasi *dong*. Kritik apapun dari mereka harus saya jawab untuk meyakinkan mereka bahwa keberadaan mereka didalam jaringan persahabatan itu tepat karena bisa berkomunikasi juga.

Fitur-fitur apa saja yang dimanfaatkan di dalam *Facebook*?

Di *Facebook* saya bisa pasang video kegiatan saya. Dengan gambar itu *tell everything* jadi kalau dilihat ada kan salah satu saja, yang saya pidato tentang saatnya kaum muda memimpin lalu ada cuplikan-cuplikan gambar *roadshow* saya ke daerah. Itu kan bagian kecil, orang akan berimajinasi bahwa apa yang ingin mereka ketahui sebagian sudah tergambar. Benar *ngga* sih apa yang dia bilang di *status* itu dia jalan kesana kemari. Kan ada videonya. Jadi saya juga memberikan bukti bahwa ini yang saya omongin, ini yang saya lakukan. Terus disitu juga saya bisa menuliskan gagasan-gagasan saya. Lalu misalnya ada berita di tv, antv. Cuplikan berita, dialog. Wah banyak. semua fasilitas di *Facebook* bisa digunakan untuk media komunikasi politik sekaligus perpustakaan bagi orang lain yang ingin mengetahui saya. Mengetahui biodatanya, pemikirannya. Kan bisa di *note* juga segala macam. Belum sepenuhnya saya optimalkan karena berbagai keterbatasan. Karena saya juga ada *website* yang sedang saya bangun.

Saya kan menjadi salah seorang anggota *fans club obama community*. Saya langganan majalah *Time* sejak tahun 2000, pertama kali Obama keluar di majalah *Time*, saya punya majalahnya disitu ada alamatnya Obama. Terus saya ke internet saya *approve* sendiri untuk jadi pendukung obama. Sejak tahun 2007 saya dapat *E-mail* terus dari obama, setiap hari. Jadi saya bisa mengikuti. Dari situ saya kepikir..cuma kalau di indonesia itu kalau saya harus ber-*e-mail* setiap hari kan perlu orang. Perlu alamat *e-mail* yang banyak. Nah datang-lah *Facebook*, lagi *ngetrend*..wah saya pakai media ini saja untuk menggalang orang. Lebih cepat daripada saya masuk ke dalam grup *e-mail* tertentu seperti KAHMI. Saya kan harus baca ratusan *ngga* akan sempet itu, terus meng-*attach* terlalu banyak, perlu tim yang lebih besar. Dan belum tentu juga orang mau baca.

Tapi kalau *Facebook* itu menarik dari tampilannya, ada foto orangnya, ada bisa lihat gambar video, banyak lah tampilan yang buat kita tidak bosan. Jadi saya memilih *Facebook* untuk komunikasi politik untuk IT.

Bergabung dengan group apa saja?

Bergabung dengan sejumlah *group*, supaya spektrumnya lebih luas jadi jangan hanya informasi tentang saya itu hanya pada *link* yang saya miliki. Akun pertama ada 5 ribu teman, lalu 5 ribu ini punya jaringan lain. Tapi kenapa saya dengan PKS karena banyak teman saja di PKS, terus PKS itu pengikut-pengikutnya rasional. Yang *ngga* rasional kan pemimpin-pemimpinnya. Kalau orang-orang PKS ini orang-orang yang rasional, kalau rasional itu kan cenderung objektif. Jadi ya saya ikut. Dan kalau anda lihat dari teman-teman yang memberikan komentar itu kan banyak dari PKS, PAN. Multi partai. Mungkin Golkar tidak terlalu banyak. Artinya menurut saya dia sudah lintas kepentingan, lintas ideologi. Jadi memang betul-betul media yang bisa mengangkat gagasan-gagasan dan proses dialog yang lebih objektif dan transparan dan PKS salah satu pilihannya.

Untuk di link, ada administratornya juga?

Saya ada dua orang staff yang saya minta untuk *standby*. Misalnya kemaren saya di Makkah kan mesti dicek *inbox*, jangan sampai yang orang *Friend request* menumpuk ratusan orang. Nah saya berikan *password* saya kepada dia tapi sebatas tidak merubah status. Karena kalau status itu harus dari saya, idenya harus ide saya. Dia hanya menjawab hal-hal yang sifatnya umum, misalnya minta jadwal untuk ketemu lalu minta waktu untuk komunikasi menghubungi siapa, atau meng-*add friend request*.

Bagaimana dengan perubahan informasi?

Itu dari saya. Seperti perubahan *cv*, saya cek dulu, sudah oke baru dimasukan karena itu menyangkut performance saya kan. Jadi *ngga* bisa setiap orang, itu harus selera saya. *Facebook* itu harus mencerminkan identitas dan jati diri saya. Sehingga untuk hal-hal yang khusus dua orang staf saya ini *ngga* bisa jawab. Misalnya, ada yang masuk ke *inbox* saya namanya jenifer, dia kan *ngga* bisa jawab. Jadi ada hal-hal yang harus dijawab dengan jati diri saya.

Artinya pengungkapan diri anda tercermin disitu?

Ya tercermin disitu, dan itu kan ya di lihat saja *tuh*, *ngga* mungkin aneh-aneh. Karena saya sendiri. Dan yang saya gariskan memang *style* saya, cara saya menjawab. Itu kan sama. Dan staf saya menjawab hal yang standar. Saya kasih kewenangan. Tapi mungkin ada sisa, misalnya lima. Yang sifatnya pribadi saya jawab sendiri. Tapi kalau nanya bagaimana pandangan mas Yuddy tentang kemiskinan wah staf saya ini jago, kan ada bukunya. Tapi kalau nanya mas Yuddy bagaimana kalau mulai dari menteri dulu,..nah ini harus saya jawab dari hati saya, dia *ngga* bisa jawab.

Bagaimana dengan tanggapan dan kritik dari khalayak *Facebook*?

Kalau diamati saya terima. Tidak ada saya katakan: ooh ini pandangan konyol. Saya iyakan saja, Tapi saya juga sampaikan..jadi saya selalu membenarkan, tidak ada saran, kritik, pendapat, masukan yang salah semuanya benar. Namun saya akan sampaikan pandangan saya, sikap saya, saya *ngga* larut juga. Hal-hal yang harus saya tegaskan, ya saya tegaskan, saya sampaikan disitu.

Sebagai media kampanye politik, *Facebook* sudah dirasa efektif atau masih perlu media lain?

Tentu harus dioptimalkan, *website* kan harus dioptimalkan. Perlu informasi atau in detail lebih lanjut, masuk *website* saya. Walaupun *website*-nya belum *update* betul, masih konstruksi, tapi paling *ngga* orang masuk situ sudah ada foto, ada kegiatan, pandangan, buku. *Facebook*-nya saya rasa belum optimal karena disana masih banyak ruang yang belum saya maksimalkan. Misalnya video, paling satu dua. Padahal saya bisa pasang lima atau lebih. *Talkshow* di tv saja puluhan. Kalau Obama itu kan bicara soal *health care*, dia bicara lima menit sambil duduk, Obama *talk about helath care*. Kan saya juga bisa, Yuddy Chrisnandi bicara tentang 5K, K pertama saya pasang lima menit. Itu kan belum saya optimalkan semua. Jadi supaya semua orang bisa tahu *in detail*, tidak hanya 5K, tapi bagaimana..? itu belum saya optimalkan betul pada saatnya.

Beralih ke konvensi DIB, bagaimana latarbelakang sampai ikut di DIB?

Itu juga salah satu keberhasilan, kehadiran khalayak pada konvensi yang diselenggarakan DIB diberbagai tempat dan propinsi adalah lewat *Facebook*. Hampir disemua tempat konvensi itu temen-temen *Facebook* saya ketemu. Kan keliatan *tuh*, di-*tag*. Jadi tanpa saya harus motret mereka, setiap saya konvensi dimana di *Facebook* selalu ada. "Saya bersama bang Yuddy Chrisnandi saat konvensi disini...", jadi orang di *Facebook* kan semakin yakin bahwa *status-status* yang saya buat ini ada justifikasinya. Dan saya selalu memberitahukan bahwa konvensi putaran pertama diadakan dimana, lalu tempatnya, saya undang teman-teman. dan itu selalu ada yang datang. Semua tempat selalu ada yang datang. Konvensi tentu terbantu. Paling banyak tentu di Jakarta karena dekat. Tapi sampai saya ke manado, ujung pandang, bandung, ada teman-teman *Facebook*. Dan ada dokumentasinya.

Nah kalau ditanya kenapa saya ikut DIB, mungkin ya, yang pertama, sebelum DIB kan saya sudah melakukan *roadshow* ke berbagai macam tempat dan saya sudah menyatakan saya siap menjadi calon presiden alternatif Indonesia. Nah mungkin ini ditangkap oleh DIB sebagai orang yang layak diperkenalkan ke

Universitas Indonesia

masyarakat dan perlu juga dikasihani mungkin. Karena apa, karena walaupun saya siap menjadi calon presiden, lalu saya sudah berkeliling ke berbagai tempat di Indonesia namun belum didukung oleh satu pun partai politik bahkan oleh parpol saya sendiri yaitu partai Golkar. Sehingga DIB menganggap perlu untuk menampilkan orang ini, untuk diusung diikutkan konvensi, dikenalkan ke masyarakat secara lebih sistematis. Nah diundanglah saya oleh DIB, bukan diundang, didatangi oleh DIB untuk mau ikut konvensi. Setelah saya pelajari, saya putuskan oke saya ikut. Hadirlah saya memenuhi undangan DIB. Ada Sri sultan dan segala macam, lalu dalam perjalanannya tinggal empat orang yang mengikuti itu. Jadi saya ikut konvensi DIB atas undangan dan seleksi DIB. Setelah berjalan selama tiga bulan ke berbagai kota dan melakukan testimoni, berdialog dengan berbagai macam masyarakat. Diuji istilahnya. Dan tentu ujiannya lebih berat daripada saya mengikuti disertasi doktor saya. Tetapi ketika berkonvensi, ada panelis. Panelis-panelisnya itu akademisi lokal yang menguasai persoalan nasional dan lokal. Lalu ada ratusan khalayak yang bebas bertanya sampai konvensi itu selesai dari jam 9 pagi hingga jam 3 sore. Jadi saya tidak hanya menguasai satu bidang. Saya harus menguasai persoalan ke-Indonesiaan dan persoalan lokal, disamping itu juga persoalan-persoalan lain. Jadi sebagai capres saya dituntut untuk mengetahui banyak hal. dan itu sudah berlangsung. Dan yang puncaknya di Jakarta, itu yang bertanya redaktur-redaktur senior, ada dari Kompas, antv, ada dari macam-macam, ada enam orang, disaksikan oleh ratusan orang, ditonton oleh rakyat Indonesia dan hasilnya saya dinyatakan lulus oleh DIB dan layak sebagai capres Indonesia secara kualitas. Tapi sistem politik di Indonesia kan lain. Tapi saya sudah punya sertifikat kelulusan dari DIB.

Strategi selanjutnya?

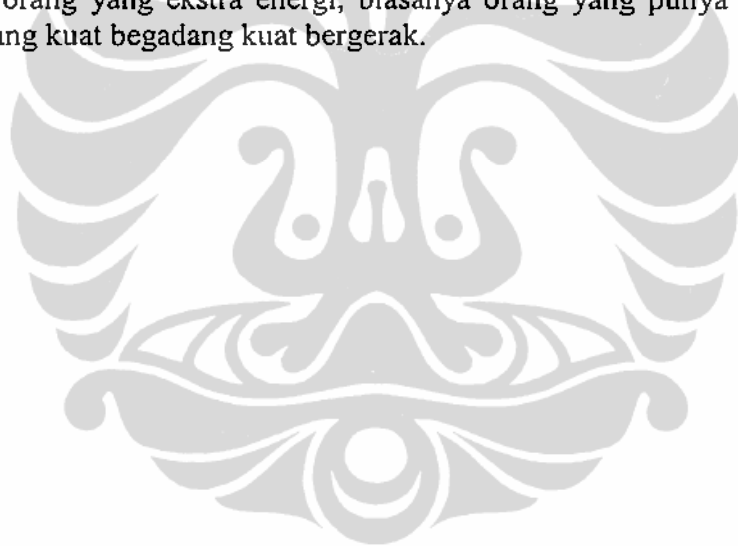
Saya kan sudah mempersiapkan diri saya sejak tahun 2007, 2008 melakukan langkah-langkah politik, ikuti konvensi, lalu saya dinyatakan layak untuk jadi capres. Tapi sistem politik di Indonesia belum berikan kesempatan saya untuk muncul. Tapi kan itu yang saya lakukan merupakan investasi politik yang tidak harus berhenti sekarang. Dan saya punya waktu cukup untuk mempersiapkan di 2014. Kita kasih waktu saja pada mereka sekarang untuk bertarung habis-habisan. Mau muncul lagi di 2014 kan bisa *diketawain* sama cucu-cucunya. Tapi saya siap, karena kan kita tidak tahu, peristiwa alam atau peristiwa sosial politik apa yang akan terjadi dalam beberapa hari kedepan. Tapi apapun yang terjadi, sekiranya rakyat memberikan dukungan, Tuhan berkehendak, saya siap memimpin. Dan sudah ditestimoni oleh konvensi DIB. Kalau tidak ada kesempatan sekarang, 2014 waktu yang cukup untuk saya melakukan dan modalitas politik yang saya kapitalisasi sudah memadai. Saya sudah mendapatkan dukungan dengan deklarasi masyarakat Jawa Barat. 26 perwakilan ibukota kabupaten se-Jawa Barat hadir 1200 orang di Bandung, itu sudah resmi ada dokumennya, mendukung munculnya putra Sunda untuk calon presiden RI. Dan saya punya modalitas kultural, pemilihnya 29 juta Jawa Barat. Banten 6 juta. Ditotal orang Sunda 35 juta, dan sentimen orang Sunda ini sangat kuat sekali dan saya satu-satunya orang Sunda yang maju dan berani untuk jadi capres, itu pertama. Modalitas yang kedua, saya 17 tahun di partai Golkar masa *ngga* punya temen *sih* dikalangan generasi muda, tentu *kan* saya membangun basis. Yang ketiga saya sebagai mantan aktivis mahasiswa, aktivis LSM dan aktivis kepemudaan saya sudah membangun jaringan di 33 propinsi dan

Universitas Indonesia

kota-kota di pulau jawa, itu *kan* modalitas politik. Dan kalau saya tidak mendapatkan kesempatan di tahun 2009 ini, kalau saya tapaki terus sampai tahun 2014, insya Allah modalitas politik saya *kan* semakin kuat, kapitalisasi politik semakin kuat. Ditambah komunitas *Facebook*. Belum aja saya bikin *gathering Facebook*.

Lebih menekankan istilah capres alternatif, capres muda?

Capres alternatif itu, orang yang muncul diluar nama-nama yang beredar. Nama-nama yang beredar ini *kan* sengaja diciptakan oleh kekuatan-kekuatan politik, oleh tokoh-tokoh lama, sehingga capres alteratif ini harus sosok baru. Kalau sosok baru itu pasti datang dari generasi baru. Capres alternatif itu otomatis harus capres muda. Capres muda itu apa kriterianya? dibawah 50 tahun *lah*. Jadi yang 60 tahun harusnya sudah mawas diri, sudah berhenti. Diatas 50 tahun juga harus *ngitung-ngitung*. Sekarang ini negara dalam kondisi yang *extra ordinary problem*, banyak masalah-masalah yang sangat luar biasa yang memerlukan energi penanganan yang luar biasa, artinya diperlukan *extra ordinary person*, kalau *extra ordinary person* diperlukan orang yang ekstra energi, biasanya orang yang punya energi *kan* orang muda, yang kuat begadang kuat bergerak.



LAMPIRAN B

Isi Facebook Yuddy Chrisnandi



Yuddy Chrisnandi Dua Restorasi Indonesia perlu dilakukan Presiden 0914 untuk perangi 5K; Kemiskinan, Kebodohan, Ketidakadilan, Korupsi & Ketergantungan asing, serta hadapi 5 tantangan Global

📍 March 30 at 7:15am · Comment Like



Firman Abraham at 7:40am March 30

setuju bang.... terutama yang diperangi juga ada jiwa oportunis, yah oportunis gak apa asalkan tidak asal asalan...



Tengku Havid Ridwansyah at 8:03am March 30

Bung Yuddy... perubahan seperti ini harus sedikit lebih radikal, biar lebih cepat dan lebih terasa, dan jangan dilupakan faktor disiplin bangsa....



Djarmoyo Legiman at 8:22am March 30

mas firman, maksud-e oportunis opo ?



Eddy Roms at 8:31am March 30

Ya 2014,.... Mas Yudhi harus maju, realisasikan itu Mas. Rakyat menunggu orang-orang yg energik and dinamik seperti anda.....



Hartono Mine at 9:07am March 30

Setuju mas... Restorasi bukan hanya PERLU tapi harus menjadi MANDATORY... tapi itu semua jgn hanya retorika politik tanpa program kerja yg workable, implementable dan sustainable....!



Dero Sebastiano at 11:40am March 30

fully agree... semoga bang yudi bisa jadi pembeharu di golker.. tapi itu semua tidak akan bisa berubah jika satu reformasi yg belum kita laksanakan atau mungkin lupa yaitu reformasi semua birokrasi di semua level pemerintahan..



Junan Junaidi at 1:04pm March 30

Setelah Reformasi tampaknya tidak hanya cukup dengan Restorasi tapi dengan Revolusi kembali

Rugiat R at 3:55am March 30

huno Yuddy... caya tambahkan 1 In via has DIPERANGI selain 5K



Yuddy Chrisnandi Dua Selain persoalan utama SK, Presiden Indonesia 0914 akan hadapi 5 Tantangan Zaman yaitu ;Kesenjangan sosial melebar, Tekanan kompetisi Global, Kerawanan pangan-energi, Degradasi Moral & Jeratan Hutang/Krismon. Untuk menjawab SK+5T=Indonesia perlu Pemimpin Nasional yg kuat!Merakyat, Mengakar & Pembaharu.Salam Perubahan!!

April 2 at 11:04pm · Comment · Like

Gandhi Purwanto likes this.



F.X. Lbek Setyowibowo · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Slepa kira2 bang?SBY, Mega, JK, Sultan, Prabowo atw Anda?



Suherman Jk Fx · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
setuju banget pak. I juga, yang mesti diperkuat itu kepemimpinan dan management yang ada di hati dan pikiran setiap rakyat termasuk di sini faktor psycologinya.. jika kepemimpinan dan mangajemen di hati dan pikiran rakyat lemah, maka, Indonesia walaupun dipresideni oleh malaikat sekalipun tidak akan sanggup bangkit mengejar ketinggalan..



Gunoro Margasari · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
mungkinkah mas yuddy adalah orangnya?



Sudro Doank · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Walaupun faktor peluang / kendala eksternal & internal telah dpt diprediksi, namun penyelenggara dan instrument yg ada tdk sejalan mustahil akan terjadi perubahan. Dibutuhkan kepemimpinan dan aparat yg solid, committed, and care serta berakhlakul kharimah untuk mencapainya..semoga...



Amin Supermenz · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Perubahan akan lebih mudah dilakukan oleh orang-orang yang berjiwa muda, tentunya jangan melupakan sifat-sifat kepemimpinan Rasulullah sebagai landasan akhlaq. (sidiq, amanah, teblig dan fathonah)...salam perubahan....!!!



Dheec Andhika · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Visi n misiny udah bagus bang..
Tinggal kendaraan politiknya lum ada,,
Tp jgn jual kecap manis aja..
Hehe,,
Btw, kapan bang main ke HMI CIPUTAT fakultas Syariah n hukum??
Jgn k bundung aja,,
Dtinggu bang turba nya..
"ketua BEM PERBANKAN SYARIAH UIN"
YAKUSA..



Edy Suryanto · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Slapkah Bung Yuddy menjawab tantangan itu?



Khudaeva Yusti Achmad · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Merupakan tantangan berat tp ternyata msh ada yg "merasa" mampu kok...



Agung Prihananto · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
bang yuddy punya kapabilitas utk mengatasi itu? utk perbaikan indonesia tdk bs diatasi oleh 1 org presiden, walaupun dia mampu..tp hrs didukung org diskitar presiden, menteri, pejabat dr pusat sampai daerah, serta rakyat harus mendukung..bgmn membuat smua kalangan tsb bersatu padu demi indonesia yg lbh baik..salam perubahan..



Yuddy Chrisnandi Dua · April 3 at 10:42am · Like · Facebook Mobile
Terimakasih respon para teman FB..Benar, persoalan Indonesia tidak bisa diatasi oleh seorang Presiden sendiri..saya pun tidak akan mampu bila terpilih menjadi Presiden..tanpa dukungan rakyat..birokrasi dan para pemimpin lainnya..kuncinya adalah kesadaran memberikan keteladanan.



Yuddy Chrisnandi Dua to Teman2FB yg dtg Konvensi, trims sdh mendengarkan paparan VSI'0914YCh8 menerima bukannya, kiranya dpt berbagi infomasi dgn teman2 lain yg blm sempat bertemu YCh.

March 7 at 4:00pm · Comment · Like



Andre Therqa at 4:00pm March 7
wah, gimana bisa dapat bukannya meski ga datang...?



Buyung Skb at 4:00pm March 7
di tunggu krtman bukannya bang



Andi Asmara at 4:00pm March 7
bang...saya tidak sempat datang tapi info kegiatannya tetap di info kan...karena saya usakan ikut kegiatan bang Yudi...selalu



Yuddy Chrisnandi Dua at 4:00pm March 7
Terimakasih perhatiannya, buku bisa diambil di Gd.Nusantara 1 ruang 1320, pd hari kerja.

Write a comment...



Yuddy Chrisnandi Dua Berterimakasih pd teman2FB yg hadir Konvensi Capres terakhir di Jakarta. Buku pemikiran visi strategi YCh 0914, yg banyak ditanya teman2, sdh dibagikan.

March 7 at 3:49pm · Comment · Like



Wehyudi Taklan Santoso at 3:49pm March 7 via Facebook Mobile
mas gmn ada keputusan yg kongkret g? siapa yg jd capres ny?

Write a comment...



Yuddy Chrisnandi Dua atas nama panitia deklarasi komita solidaritas masy sunda, mengundang kehadiran teman2FB, minggu 29 mart jam13wib balroom Horison Bandung, Dukungan utk YCh

📍 March 26 at 10:30pm · Comment · Like



Dwitra Zaky at 10:30pm March 26
Mendukung dari jauh deh...Masih ada kemungkinan maju? spill me the infromation...



Ruddy Slank at 10:30pm March 26 via Facebook Mobile
Pengen banget bisa hadir tapi gimana ya ada jarak yang memisahkan...Saya mendukung dari sini pak..Semoga sukses dalam melakukan perubahan untuk negara menjadi lebih baik lagi...



Sigit Widodo at 10:30pm March 26 via Facebook Mobile
sayank skali saya lg di manado, jika tdk pasti hadir, sukses aja bang.



Ali Sakri Nasution at 10:30pm March 26
Sukses aja bang,,, smoga msh ada harapan,,,



Abdur Rohim at 10:30pm March 26
Sukses Yud... dukung dari jauh hhhhh.....



Agung Prihananto at 10:30pm March 26 via Facebook Mobile
slain bandung mn lg kota berikutnya...sy doakan mg sukses perjuangan bung yuddy




Riki Ganesha at 10:24pm March 26 via Facebook Mobile
insya Allah kang...sy hadir. Yg penting kuatkan niat demi perubahan





Eko Hadi P. at 10:27am March 27 via Facebook Mobile
Jauh. Yg pnting doa dah kukirim





Moh Fauzi at 10:27am March 27
insya Allah saya dan keluarga hadir. hana...Beribadah itu perlu.....


 Moh Fauzi [at 12:58 on March 27](#)
 Insha allah saya dan keluarga hadir, bang...Berubah itu perlu, perubahan itu kudul!


 Adhitya Pini Moesono [at 13:00 on March 27](#) via Facebook Mobile
 Yg muda Maju terus pantang mandeg...pa lg smp mundur....bravo Yuddy...!!!


 Kang Taqi [at 13:00 on March 27](#) via Facebook Mobile
 Sy turut dukung, Kang. Terutama sy sangat mendukung Kang Yuddy mereformasi Golkar.


 Siti Hadiyah [at 13:00 on March 27](#) via Facebook Mobile
 Dukung dr jauh aja ya...!!

 A Agus Riyadi [at 13:00 on March 27](#)
 maju terus kang semoga sukses

 Duan Junaidi [at 13:00 on March 27](#)
 Insha Allah, terus berjuang, walau 2009 keliatannya berat. tanam terus untuk 2014


 Gigin Fajar Yudatama [at 13:00 on March 27](#) via Facebook Mobile
 Saya akan usahakan hadir kang..kebetulan lokasinya dkt rmh...salam perubahan.!


 Ratnia Solihah [at 13:00 on March 27](#)
 Saya dukung dari jauh..kebetulan sy lg di luar kota.. Maju terus pantang mundur buat Kang yuddy. Saya yakin akang bisa membawa perubahan.. semoga sukses !!


 Yuddy Chrisnandi [Dua an Pusat solidaritas Sunda/Panita deklarasi masy Sunda, Jabar-Banten mengundang teman2FB hadir; mgu,29mar0am13.00,Ballroom Hotel Horison Bandung.Salam Perubahan!](#)
 @ 13:00 on March 27 at 9:18am · Comment · Like

 Djermoyo Legmen [at 13:00 on March 27](#)
 Kpn di Semarang ?


 Abdur Rohan [at 13:00 on March 27](#)
 Selamat mengadakan pertemuan....aja.....


 Mas Yuddy [at 13:00 on March 27](#)
 Iya Yud, untuk hal2 yg ky begini "musibah" dim bentuk apapun d dimanapun, harus cepat tanggap, tanpa pamrih d tuntas tas kanunya !!! (teman, sdr, sejawat yg ada yg kena)jd sy sangat2 merasakan keprihatinan mereka !!! Sy jg yg bukan siap2 cepat tanggap, minimal bs meringankan mereka!

 Andre Theriq [at 13:00 on March 27](#)
 kata Power Rangers...B E R U B A H ..., hup!

 Andhika Pratama [at 13:00 on March 27](#)
 mantap mas... sukses

 Iwan Hd [at 13:00 on March 27](#) via Facebook Mobile
 Siap kang !!!!

 Mas Yuddy [at 13:00 on March 27](#)
 Maaf3x3 ... salah baca !!!!! Iwan, mengundang sehub. musibah Situ Gintung krn ada Banten2nya!

 Gandhi Purwanto [at 13:00 on March 27](#)
 Mengucapkan selamat atas terselenggaranya Komunka Bersama Masyarakat Sunda se Jabar & Banten mendukung perjuangan Mas Yuddy Ch.. Rombongan teman2 dari Cirebon tadi pagi jam 06.30 telah berangkat ke Bandung menggunakan bus dan beberapa kendaraan pribadi..



Yuddy Chrisnandi Dua sampaikan Orasi 'Dari Sunda utk Dunia' pd deklarasi dukungan masy.Sunda di Bdg.1200 kursi yg tersedia tdk mampu menampung hadirnya tokoh2yg mewakili 26kota di Jabar..Subhanallah.

📅 March 29 at 7:39pm · Comment · Like



Adi Saputra · 14:00 March 29
hidup sunda



Junan Junaldi · 7:50pm March 29
Semoga dukungan semakin menguat, tdk hanya di JABAR saja. Maju terus Bung!



Hartono Mire · 7:51pm March 29
hebat tuh... jgn2 yg hadir para celeg doang mas..!



Kang Tagi · 11:45pm March 29
Fantastis! Sukses tuk Kang Yuddy. Perwakilan dari 26 kota/kab se-Jabar menjadi bukti mayoritas masyarakat di tatar Pasundan menginginkan perubahan.



Nendi Afghani · 8:46pm March 29
...setelah itu dari Dunia untuk Sunda...



Mohammed Ali · 7:56pm March 29
Meski saya jauh dr Sunda, tp seket bgt buat Pak Yuddy. Semangat..maju terus!!!



Anin Dia · 10:27pm March 29 via Facebook Mobile
kok bp fokusnya lbh ke Jabar?????yang lain bukannya penting yg Y...



Nenah Kusnandhy · 8:50pm March 29
luar biasa boss, semoga demikian dengan daerah lainnya juga dari sabang sampai merauke, Maju terus pantang mundur, Amin

Bambang Whyabnika · 8:26pm March 29
maju terus..



Yuddy Chrisnandi Dua kepada para sahabat FB semua silahkan bergabung dengan Page Yuddy Chrisnandi dan menjadi supporter YCh dengan meng-klik link ini (<http://www.facebook.com/pages/Yuddy-Chrisnandi/57065354712?ref=mfif>) dan klik "become supporter". Salam perubahan!



Yuddy Chrisnandi

MENGENAL YUDDY CHRISNANDI Yuddy Chrisnandi lahir di Bandung, 7 Mei 1969. Saat ini menjadi anggota Partai DPP RI dan juga sebagai Wakil Gubernur Jawa Barat, Pertahanan, dan...

Followers: 751 supporters

📅 February 20 at 5:56am · Comment · Like · Share



Become a Supporter

Information

Country

Indonesia

Currently Running For

DPR RI

Party

Golongan Karya

Current Office

Office

Jl. Tebet Barat X No. 21 Jakarta Selatan 12810

Supporters

6 of 751 supporters

See All



Yuddy Chrisnandi

Become a Supporter

Wall Info Photos Boxes

Yuddy Chrisnandi Just Fans



Yuddy Chrisnandi Terima kasih untuk para sahabat semua. Terus dukung YCh agar mampu membawa perubahan yang lebih baik untuk Indonesia. Salam perubahan!

February 19 at 4:20am · Report



Yuddy Chrisnandi Terima kasih untuk semua dukungan teman-teman. Mohon terus berikan masukan dan kritik untuk menjadi lebih baik lagi. Salam Perubahan!

February 1 at 5:42 am · Report



Yuddy Chrisnandi Salam Perubahan!

January 12 at 11:27am · Report

Yuddy Chrisnandi changed his Education Info.

Yuddy Chrisnandi changed his Religion.

Yuddy Chrisnandi edited his Country, Currently Running For and Website.



Become a Supporter

Information

Country

Indonesia

Currently Running For

DPR RI

Party

Golongan Karya

Current Office

Office

Jl. Tebet Barat X No. 21 Jakarta Selatan 12810

Supporters

6 of 751 supporters

See All



Yuddy Chrisnandi

Become a Supporter

Wall Info Photos Boxes

Basic Info

Country

Indonesia

Currently Running For

Office

DPR RI

Party

Golongan Karya

Current Office

Office

Jl. Tebet Barat X No. 21 Jakarta Selatan 12810

Detailed Info

Website

<http://bahqunsatindonesia.org/>

Gender

Male

Birthday

May 29, 1968

Residence

Jakarta

Political Views

Moderate

Religious Views

ISLAM

Activities

Campaign for 2009

Education

SLANK

About Me

MENGENAL YUDDY CHRISNANDI

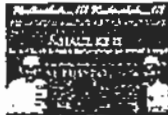
Yuddy Chrisnandi lahir di Bandung, 9 Mei 1968. Saat ini menjadi anggota Komisi I DPR RI yang membidangi urusan Luar Negeri, Pertahanan, dan Intelijen. Selain itu, juga sebagai Koordinator Koalisi Muda Parlemen Indonesia. Selain sebagai politisi, ia juga dosen pada Program Pascasarjana Studi Ilmu Politik Universitas Indonesia (UI) dan juga dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Nasional. Menyelesaikan pendidikan doktor di bidang kajian miter pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2004. Sebelumnya, pada tahun 1997 ia meraih gelar magister ekonomi dari FEUI dan gelar sarjannya diperoleh dari FE Unpad, Bandung, pada tahun 1991.

Yuddy Chrisnandi's Albums



Profile Pictures
1 photo

Fan Photos 7 photos | View Comments



indonesia dan pemuda

Back to Yuddy Chrisnandi

Discussion Board



Topic: indonesia dan pemuda

Displaying all 6 posts by 6 people.



Rio Kencono (Indonesia) wrote

on January 12, 2009 at 3:13pm

masih sangat kontroversial ketika kaum muda sekarang ingin membuktikan eksistensinya terhadap bangsa, mereka kerap dicemooh dikatakan hanya punya modal semangat tetapi biasanya tidak mempunyai konsistensi, ini semua mungkin dikarenakan adanya sebuah sistem yang sudah sangat mendarah daging bahwasanya yang tua yang lebih banyak makan asam garam (banyak pengalaman). tetapi yang ingin saya balik lagi adalah apakah benar yang tua itu memiliki konsistensi dan apakah mereka dapat progresif dalam sekian kebijakannya????

atau mereka maju hanya sekedar jaga gengsi dan ketika kalah mereka akan berujung kita akan menjadi oposisi TERDEPAN???

maka itu pemuda harus bisa lebih mampu daripada mereka yang tua...saya belajar dari kata-kata bang yudi "sebagai pemuda jangan pernah takut terhadap kebijakan apapun, karena langkah kita itu lebih panjang dan dapat berlari dibandingkan dengan mereka yang tua" semata-mata ini dikarenakan pemuda masih dapat progresif dan terus melangkah, "langkahkan kaki dengan basmallah, berharap jalan kita selalu Gridhoi oleh Allah SWT"

maka itu saat kaum muda memimpin....

- progresif
- cerdas
- lugas
- militan
- pandai
- populis dan maju



Post #2

Bayu Sindhu Raharja wrote

on February 4, 2009 at 11:58am

Saya mencoba tambahkan beberapa syarat Bung,, selain progresif, cerdas, lugas, maitan, pandai, populer, seorang pemimpin juga harus punya visi dan misi yang jelas, Integritas dan yang paling penting dia harus punya komitmen dari apa yang mereka janjikan. Sebetulnya masalah TUA atau MUDA bagi saya sich tidak terlalu bermasalah yang penting dia punya dan memenuhi syarat diatas.



Post #3

Dedy Ardiansyah wrote

on February 7, 2009 at 4:18pm

jangan ada polarisasi baknya, tua-muda hanyalah persoalan siapa duluan terlahir, kapabilitas dan integritas tidak pernah ada referensinya pada persoalan usia, asal dah bisa menggunakan akal fikir aja,.....yah?



Post #4

Dktavianus Eryanto (Malaysia) wrote

on February 10, 2009 at 12:54am

menurut saya kurang etis mengkotak2an antara kaum muda dengan kaum tua,,toh kaum muda juga ada karena andil dari kaum tua..

yang lebih penting menurut pendapat pribadi saya adalah bagaimana terjalin kerjasama yang baik antara tua dan muda,,mungkin akan lebih indah melihat perpaduan antara tua dan muda,,jadi yang tua tidak perlu juga menjadi alergi dengan yang muda dan sebaliknya..

toh sebenarnya tujuan idealnya adalah untuk kemajuan bangsa dan negara kita Republik Indonesia tercinta



Post #5

Saputra Saputra wrote

on March 19, 2009 at 9:05pm

sebenarnya bukan masalah tua dan muda,tapi lebih kepada kesalahan dari segala sistem yang ada,sistem butan manusia yang aneh



"Sisdiknas" (Sistem Pendidikan Kedinasan) di "Negeri Naga"

Back to Yuddy Christandi

Discussion Board



Topic: "Sisdiknas" (Sistem Pendidikan Kedinasan) di "Negeri Naga"

Reply to Topic

Displaying all 3 posts by 2 people.

Andre Hope wrote

on February 10, 2009 at 12:54am

Reply to Andre
Report

Laporan Kunjungan dari "Negeri Naga":

Post #1

Namanya pendidikan kedinasan tentu diperuntukan bagi para aparatur negara, yang sekaligus bertugas melayani rakyat. Berhala dari salah satu pendidikan kedinasan, seperti halnya pesimis apabila "pabrik" yang memproduksi petugas pelayanan rakyat berjalan dengan tidak semestinya, penuh intrik dan klen, dapat menghasilkan aparat negara yang baik.

Entah sampai kapan, telah berulang-ulang angkatan, akrobatik nila-nsai dan rengking, yang menganganahi penugasan dari para terdidik terjadi terus. Padahal para terdidik adalah calon-calon pemimpin dibidangnya.

Baru-baru ini salah satu dari para jawara angkatan, adalah salah satu tsik pelanggan kode etik akademis (pencontek), yang dapat sekaligus dianggap sebagai pelaku pidana pelanggaran HAKI. Sayang, pendidik yang mendapatkan, tidak menindak dengan cara yang "berdasarkan hukum", tetapi menggunakan cara "symbiosis mutualisma". Perkara ini tidak dapat dilanjutkan untuk diangkat dalam sebuah "sidang peradilan", karena kurangnya laporan dan alat bukti lainnya. Padahal, "informasi bawah tanah" hasil dari "publiket" dapat dijadikan dasar sebagai dimulainya sebuah penyelidikan.

Seakan semua yang berwenang menjadi besu dan tuli, malah terkadang buta. Tidak ada pemeriksaan bagi si terdidik ataupun pendidik.

Ini baru salah satu contoh dari bobroknya salah satu institusi pendidikan kedinasan. Masih banyak lagi hal-hal yang sudah menjadi rahasia umum setidaknya pada lembaga tersebut. Belum lagi sistem "tebang pilih-pilih kasih", yang menghasilkan keadaan "injustice reward & punishment" bagi para terdidik dan pendidik.

Ajabnya "Sisdiknas" di Negeri Naga, membuat "Harry Potter" menolak beasiswa yang diberikan oleh

Lanjutan

Negeri tersebut untuk melanjutkan pendidikannya. Bagi "Harry Potter", ilmu sulap di Negeri Naga, jauh lebih tinggi dan berbahaya, dibandingkan ilmu sihir di Negerinya.

Lalu, apakah masih ada harapan untuk mendapatkan pelayanan yang baik, profesional, dan proporsional dari aparatur negara.

Maka, berubahlah, dukung perubahan dengan kepala dan hati yang sejuak, sehingga hal-hal seperti di Negeri Naga, tidak terjadi di Negara ini.

Salam Perubahan



Post #2

Zakky Nasution wrote

on January 15, 2009 at 8:02am

setujuuu....dg yg namanya perubahan itu bg.

di Negeri Naga itu, tsik melanggar kode etik akademis (pencontek) seperti yg abg ceritakan, akhirnya mendapatkan predikat Pelajar Terbaik alias Rangking 1..

Dimana wibawa dunia Pendidikan yang seharusnya tidak terpengaruh hal-hal yang bersifat subyektif. Dimana pula wibawa pimpinan Negeri Naga yang seharusnya menjadi panutan junior-juniornya dalam memimpin Negeri tersebut di masa depan?

Ada juga teman saya yang merupakan pelajar di Negeri Naga, yang mencoba untuk meminta adanya transparansi nilai kepada pimpinan lembaga pendidikan di Negeri Naga, sebagaimana yang pernah dijanjikan oleh pimpinan tertinggi lembaga tersebut.

Teman itu pun menyadari bahwa nilai adalah hak dari pelajar setelah melakukan kewajibannya yaitu belajar, dan dia hanya ingin meminta haknya untuk mengetahui berapa nilai yang didapatnya untuk mengetahui progres/kemajuan kemampuannya.

Namun apa yang didapat teman saya itu?

Pimpinan tingkat ke-2 dari lembaga tersebut, malah memarahi pelajar dengan mengatakan bahwa, pelajar tugasnya hanya belajar. Tidak usah mengurus nilai, tidak perlu tahu nilainya dan rangkingnya, yang penting belajar.

Merasa bingung karena merasa perlu dan berhak mengetahui nilainya, teman itu pun menanyakan kepada saya, apakah benar pelajar hanya perlu belajar tanpa perlu mengetahui nilainya / hasil dari belajarnya? Saya pun terdiam, tidak bisa menjawab..

Adakah rekan2 yang dapat menjawab pertanyaan teman saya tersebut???

Andre Hape wrote

on January 13, 2009 at 8:18a

Buat saya....semua itu rejeki..

Tsk dapat rangking 1 karena rejekinya bagus..

Berarti buat saya yang salah adalah sistem yang berantakan, organisasi yang lemah, kewibawaan yang impotent, dan keadilan yang mandul....

Kalau Pimpinan tingkat ke-2 berargumen seperti itu...itulah cermin dari kesewenang-wenangan.....

.karena sistem yang berantakan, organisasi yang lemah, kewibawaan yang impotent, dan keadilan yang mandul....

Post #3



Tamu Dari Negara Tetangga

Back to Yuddy Chikrono

Discussion Board

Topic: Tamu Dari Negara Tetangga

Displaying the only post.

Andre Hape wrote

on January 15, 2009 at 8:02am

Laporan kunjungan Negara Tetangga ke "Negeri Naga":

Salah satu Hakim Agung MA di Negara Tetangga....katanya terkata lemas pada sebuah acara formal beberapa waktu lalu....Beliau berumur lebih dari 60 tahun.... Nah, masih kah UU -nya layak dengan usia pensiun Hakim Agung 70 tahun...??? Aneh, aneh, aneh.....

Tetapi...sebaliknya kita lihat dulu...apakah pengkaderan para Hakim Agung yang ada di MA ini sudah berjalan sebagaimana mestinya....

Beberapa waktu salah satu dari jajaran pemutus keadilan dunia ini yang kebetulan sedang berkunjung ke "Negeri Naga" berbicara kepada saya. Menurut beliau, sebaliknya perpanjangan usia tersebut didukung, karena apabila tidak, di khawatirkan akan terjadi perubahan sistem hukum secara ekstrem, atau menjadi carut marut, yang dapat berdampak nuntuhnya landasan Negara Tetangga. Lebih lanjut beliau menegaskan, bahwa sebaliknya bantarkan 3 tahun ini, setelah pengkaderan berjalan dengan baik, barulah ben pembatasan usia ke usia yang lebih muda lagi, sehingga Reformasi MA akan berlangsung lebih baik dan matang, serta untuk menghindari dampak buruk tadi.

Menimbang alasan di atas, saya jadinya setuju dengan perpanjangan usia pensiun, tapi harus sesuai dengan alasan dimaksud.

Semoga semua lancar...Aaaaamiiiiinnnn.

Post #1

Kutipan isi group dalam Facebook Yuddy Chrisnandi

id: YCH4P'09

id: 100000000000000

Basic Info

Title:

Description:

Common Interest - Politik

MENGENAL YUDDY CHRISNANDI

Yuddy Chrisnandi lahir di Bandung, 9 Mei 1968. Saat ini menjadi anggota Komisi I DPR RI yang membidangi urusan Luar Negeri, Pertahanan, dan Intelehan. Selain itu, juga sebagai Koordinator Koalisi Muda Parlemen Indonesia. Selain sebagai politisi, ia juga dosen pada Program Pascasarjana Studi Ilmu Politik Universitas Indonesia (UI) dan juga dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Nasional. Menyelesaikan pendidikan doktor di bidang kajian militer pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2004. Sebelumnya, pada tahun 1997 ia meraih gelar magister ekonomi dari FEUI dan gelar sarjananya diperoleh dari FE Unpad, Bandung, pada tahun 1991.

Sebelum menjadi Anggota DPR RI periode 2004-2009, Yuddy pernah bekerja di Bank Bukopin Pusat, 1991; pegawai Bank Bumi Daya, 1992-1994; Staf Khusus Kepala BPPH, 1998-1999; Anggota DPR RI tahun 1998-1999; Penasehat Ahli Kapalin, 1999-2001; Dosen FE Universitas Trisakti, 1997-2002; Staf Khusus Wakil Presiden RI Bidang Polkam, 2001-2003.

Ia juga tercatat sebagai penerima Fellowship riset tentang militer dan institusi of Defence and Strategic Studies (DSS) Singapura. Sebagai intelektual sekaligus pembicara, seperti: Workshop "Parliamentary Accountability and Security Sector Governance in SEA", 7-10 Februari 2006, Siem Reap/Cambodia; Kursus singkat mengenai pertahanan "Good Governance and the position of Role of the Armed Force in a Democracy", di Clingendael Institute, Netherlands, Juni-Juli 2005; Workshop of ASEAN Parliamentarians on the Myanmar Issue, JW Marriott hotel, Kuala Lumpur, Malaysia, 26-28 November 2004; Comparative Study bidang sejarah militer pada National Defense University of China, Beijing, Oktober 2002; Peserta Forum Democratic Leader-Asia Pacific, di Seoul, Korea Selatan; Rombongan kepada Presiden Korea Selatan, Kim Doo Jung di Blue Palace, Seoul; Peserta Interparliamentary Union (IPI) Conference di Moscow, Rusia, Januari 2007, dan berbagai kegiatan delegasi internasional lainnya yang dilakukannya selaku Anggota Komisi I DPR.

Di dunia organisasi, saat ini Yuddy menadi Ketua Departemen Organisasi, Keanggotaan, dan Kaderisasi (OKK) Dewan Pimpinan Pusat Partai Golkar, yang dirintisnya sejak tahun 1992 bergabung di Golkar. Selain itu menjadi salah satu Ketua Pimpinan Majelis Nasional KAHMI (Korps Alumni HMI), Ketua Bojeng Hubungan Internasional PKGR (Musyawarah Keluarga Gotong Royong), dan Ketua Bidang Organisasi Lemkari (Lembaga Karatedo Indonesia). Ia juga tercatat sebagai anggota Dewan Penasehat LIRA (Lumbung Informasi Rakyat).

Yuddy adalah politisi muda yang sangat vokal di parlemen. Ia mengagres sejumlah hak interpelasi seperti Interpelasi Pengangkatan Panglima TNI, Sembako, BLBI, Lapindo, dan Nuklir Iran. Ia menjadi satu-satunya anggota Fraksi Partai Golkar yang mengopos dan mendukung hak angket DPR untuk BBM. Atas keberpihakannya terhadap isu-isu kerakyatan, ia beberapa kali diber sanksi tegas oleh Dewan Pimpinan Pusat Partai Golkar dan ia kemudian memutuskan mengundurkan diri dari caleg DPR RI periode 2009-2014 yang diusulkan Partai Golkar, karena prinsip yang diperjuangkannya yakni keadilan. Namun ia tetap berada di Partai Golkar untuk menyelesaikan tugasnya sebagai wakil rakyat.

Di sela-sela aktivitasnya yang padat sebagai politisi, pengurus partai, dan dosen, Yuddy dikenal cukup dekat dengan keluarga. Bersama isteri tercinta Vety Evria, SH, MH, Notaris, Yuddy membangun keluarga yang harmonis, hingga dikarunai satu orang putri yang bernama Ayesha Fatma Nandra. Motto "Bersama dan keluarga membangun masyarakat yang sejahtera", telah menjadi inspirasi bag Yuddy untuk berkiprah dengan segudang aktivitas, tanpa melupakan perhatiannya pada keluarga. Yuddy juga dikenal cukup produktif menulis. Sejumlah artikel, makalah seminar, jurnal internasional, dan buku, telah berhasil ditulisnya. Beberapa buku yang sudah diterbitkan: Beyond Parlemen, Trans Wacana (2008); Kesaksian Para Jenderal, LP3ES (2007); Post Soeharto Civil-Military Relations in Indonesia, Rajaratnam School of International Studies Singapore (2007); dan Reformasi TNI: Perspektif Baru Hubungan Sipil-Militer di Indonesia, LP3ES (2005). Sekarang ia sedang menyelesaikan 2 buah buku yang akan diterbitkannya.

Dan kini, dengan mengusung semangat "Perubahan Akan Datang" dan Moto "Young, Clever and Honest", Dr. H. Yuddy Chrisnandi, ME telah mencalonkan diri dan siap untuk menjadi Presiden RI 2009-2014. Lima (5) agenda utama telah disiapkan untuk memimpin Indonesia:

- 1) Indonesia yang Makmur
- 2) Indonesia yang Cerdas
- 3) Indonesia yang Adil
- 4) Indonesia Tanpa Korupsi
- 5) Indonesia yang Mandiri

Yuddy meyakini bahwa perubahan akan datang menuju Indonesia bila yang memimpin bangsa ini adalah sosok yang memiliki visi jauh ke depan, cerdas dan amanah. Dan ia mengajak seluruh komponen bangsa Indonesia; saya, anda, dan kita semua, untuk bersama-sama menjadi pelaku perubahan itu.

"Selam Perubahan!"



View Discussion Board

Invite People to Join

Leave Group

Share +

Group Type

This is an open group. Anyone can join and invite others to join.

Admins

- Yuddy Chrisnandi Full (Indonesia)
- Mularini Astad (Indonesia) (creator)

Lanjutan

Contact Info

Email: yuddy_chrisnandi@yahoo.co.id
 Website: <http://bangunsatuindonesia.org/>
 Office: Jl. Tebet Barat X No. 21 Jakarta Selatan 12810
 Location: Jakarta, Indonesia

Recent News

Yuddy Chrisnandi mengikuti Konvensi Capres DIB

Members

Displaying 8 of 245 members

[See All](#)



Yuddy
Chrisnandi
Dua



Alex Umboh



Anne Waha



Joell Black



Abygail
Sanger



A Azis
Alhakim



Benny A.
Ratag



Renata
Tikonuwu

Discussion Board

Displaying 1 discussion topic

[Start New Topic](#) | [See All](#)

Kabinet Pembaharuan Indonesia

4 posts by 4 people. Updated on February 15, 2009 at 2:44pm

Discussion Board

Displaying 1 discussion topic

[Start New Topic](#) | [See All](#)

Kabinet Pembaharuan Indonesia

4 posts by 4 people. Updated on February 15, 2009 at 2:44pm

The Wall

Displaying 5 of 34 wall posts.

[See All](#)

Write something...

Post



Onesimus Padaunan wrote
at 8:34pm on May 21st, 2009

Saya pernah mengikuti ceramah bapak waktu di Balikpapan (Kaltim).
terus terang saya sangat salut sama bapak,
maju terus.....

[Report](#)



Riefky Ariefianto wrote
at 7:46pm on May 12th, 2009

salam kenal,,saya sring mengikuti ceramah akang d bdg(UNISBA,UNPAD,trakhir d
Lembang)....
sy pgn mnta bimbingan skripsi ma akang ttg hak angket,,apa akang bisa bantu?,,

[Report](#)

Lanjutan

Photos

Displaying 5 of 7 photos

Add Photos | See All




Links

Displaying 2 links

See All

Post a link:

Post

 Alumni SMA Negeri 1 Cirebon - Jl. Dr. Wahidin No. 1 Cirebon, Jawa Barat - Indonesia
Source: sman1cirebon.ning.com

Situs Alumni SMA Negeri 1 Cirebon, Forum Silaturahmi antar kita untuk yang ingin berbagi pengalaman atau bernostalgia.



Posted by Ayu Wibawanti

22



BATIK CIREBDNAN

Keunikan motif serta corak yang dihasilkan dari batik-batik berbagai daerah merupakan kekuatan yang sangat luar biasa, khususnya bagi kekayaan seni budaya Indonesia. Belum ada di negara manapun yang m...

Kutipan isi Facebook Yuddy Chrisnandi tentang sosialisasi kegiatan politik



Yuddy Chrisnandi Dua Bersama Team menuju Denpasar utk konvensi ke-3 tgl 17 Jan. YCh mengajak Era&Ayesha utk menikmati indahnya Bali sambil ber-Konvensi.Mohon doa&dukungan sahabat FB

January 14 at 9:26am · Comment · Like



Holly Krit Ini Yuddy SMA1 Crb ? atau SMA K crb? salah orang kali aku ya

January 14 at 7:10am · Comment · Like



Eksis Pujiati thanks untuk app....semoga sukses kang....maju trus

January 14 at 4:43am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Meyakini bahwa Hanya Indonesia yang memiliki Kekuatan Ekonomi, Kekuatan Militer dan Kekuatan Budaya, akan dapat menjadi negara Kuat Mandiri dan disegani bangsa

January 13 at 3:22pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua di hadapan 400an audiens Konvensi Capres di Surabaya kemukakan Visi Strategis Indonesia 0914; Indonesia Makmur, Mandiri, dan Bermartabat.

January 13 at 12:20pm · Comment · Like

Lanjutan



Yuddy Chrisnandi Dua Tiba di Jakarta bersama keluarga dan Team, setelah 3putaran Konvensi di Yogja, Surabaya, Bali. Beerlap 24 Jan, Sabtu di Bandung.
January 16 at 6:09pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Menganggap prov Bali layak dapatkan Otonomi khusus Pariwisata dgn 3 Pilar pembangunan; Budaya, Wisata&Agraria. YCh cukup puas Konvensi di Bali.
January 17 at 4:17pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Mengharapkan kehadiran teman2 FB yg tinggal di Bali, Komv capres putaran 3: Grand Mutiara Ballroom Hotel Nikki Jl. Gatot Subroto IV No 18 Denpasar, Sabtu jam 9
January 17 at 6:09am · Comment · Like



Gandhi Purwanto · January 17
Saya, keluarga dan teman2 di Cirebon/Jakarta.. selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap langkah menuju INDONESIA RAYA. "Selamat Mengikuti Konvensi Capres ke 3 di Denpasar Bali.. Sukses Selalu.."



Yuddy Chrisnandi Dua · January 17
Terimakasih komentarnya sobat.



Yuddy Chrisnandi Dua siang ini kunjungi Pikiran Rakyat Bandung menjelang Konvensi Capres ke 4 di Ged. Indonesia Menggugat, Sabtu. Diperkirakan, ratusan pendukung YCh akan hadir.
January 23 at 8:06am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua di Cipaku Bandung menerima puluhan pimpinan aktivis mahasiswa berbagai universitas&ormas yg akan hadir konvensi di gd.Indonesia menggugat, Sabtu ini
January 23 at 1:34pm · Comment · Like



Augi JD · Facebook Mobile
Asslm Wr Wb Selamat berkonvensi, di awal kalender Hijriah, Masehi dan kalender Negeri Sam Kok



Yuddy Chrisnandi Dua mengharapkan doa, dukungan, kehadiran sahabat FB, konvensi capres di gd.Indonesia menggugat, Bandung, Sabtu jam 9pagi. Salam perubahan!!
January 23 at 7:20pm · Comment · Like



Alfian Annida · January 23
sukses terus bung!!

Write a comment...



Yuddy Chrisnandi Dua berdialog dgn Kang Acil Bimbo, di sekr Bandung Spirit, ttg aktualisasi filsafat Sunda
January 23 at 3:19pm · Comment · Like



Satya Witoelar · January 23
Yuddy Chrisnandi Dua



seminar mengkaji dampak tsunami finansial
https://www.facebook.com/...

January 23 at 1:40pm · View album



Iwan Jumawan SELAMAT BERKONVENSI SEMOGA SUKSES DARI IWAN JUMAWAN TEMAN SMAN-1 CIREBON ANGKATAN 83
January 23 at 9:35am · Comment · Like



Dikdik Baehaqi Arif Selamat berkonvensi kang.....Indonesia memang harus berubah.....so Indonesia butuh pemimpin muda seperti Akang!!!!!!
January 23 at 9:16am · Comment · Like

Lanjutan



Yuddy Chrisnandi Dua Haturkan terimakasih atas kehadiran,dukungan&doa sahabat FB dlm konvensi Capres di Bandung yg gegap gempita, luar biasa!Terimakasih

January 24 at 9:29pm · Comment · Like



Adhi Ferdya at 6:26pm · January 25

Sebagai junior kang Yudi,saya cukup salut dengan kiprah kang yudi di konvensi.meski secara realistis menurut saya langkah ini sangat berisiko bagi karir politik bagi kang yudi.



Kristyo Adhi Bang,boleh komentar agak pedas?

Bang yudy sbaknya mnahan diri dulu utk maju mnjadi capres. Lebih baik bang yudy masuk ke lingkaran istana dulu yg lebih dekat.Bisa menteri ato wapres, tp jangan presiden dululah

Lagian dukungan n jaringan abang kurang kuat.

Kalo jadi menteri,saya setuju

But,thats my voice,,

Salam

January 25 at 8:21am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua sampaikan Visi strategis 0914 menuju Indonesia Makmur, Mandiri dan Bermartabat, yang ditopang 3 pilar kekuatan: Ekonomi, Militer dan Kebudayaan!!

January 25 at 8:03am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua bertemu dgn teman2FB Medan,di RM Padang Sederhana 88jl.gajah mada,jelang konvensi capres ke 5di hotel Grand Antares,sabtu 31jan.Salam perubahan!

January 30 at 12:51pm · Comment · Like



OsdEn Saragih Maju terus bang..samangat,walaupun banyak orang

meragukan..jarang tokoh politik lain se vocal dan berani seperti abang..warna terus demokrasi kita bang,agar lebih baik...

January 29 at 1:55pm · Comment · Like



Didik Kuntadi Dik Yuddy, terima kasih atas responnya. Masih sibuk ya dlm rangka menyongsong pemilu yad. Saya dukung Dik Yuddy, maju terus pantang mundur. Salam buat Nyonya dirumah.

January 29 at 12:43pm · Comment · Like



Iding R. Hasan Saya salut dengan Kang Yuddy. Memang seharusnya ada dari

kalangan muda yang berani berbicara dan berbuat demi bangsa dan negara. Paling tidak, ini sebagai langkah awal. Maju terus kang.

January 29 at 10:16am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Dalam pidato Konvensi di 5 provinsi sebelumnya,

menekankan pentingnya merubah kebijakan ekonomi Neo-Lib menjadi Ekonomi

Kesejahteraan Sosial/EKOTEROS!!

February 1 at 10:39pm · Comment · Like



Residensil Dipa Nusantara Salam kenal bang.. Saya sbagai mahasiswa ingin

menyampaikan.. Saya sepakat dgn anti neolib.. Yg merupakan penjajahan tanpa senjata namun sungguh sangat menyengsarakan rakyat indonesia.. Rakyat tidak pantas miskin di negri yg sangat kaya raya seperti indonesia.. Asalkan pemerintah kedepannya lebih berani memenej kekayaan alam indonesia. Jangan biarkan sejenkal pun tanah air kita di manfaatkan pihak asing.. Mari wujudkan negara indonesia yg berdikari dlm berbagai bidang.. Jayalah selalu indonesia ku..

February 2 at 7:22am · Comment · Like · See Wall-to-Wall

Lanjutan



Yuddy Chrisnandi Dua terbang ke Ujung Pandang mengikuti konvensi Capres DIB putaran 6, Sabtu 16 Feb jam 9 WIT bertempat di Gedung Mulo Jl. Jend. Sudirman 23 Makasar.

February 13 at 9:57am · Comment · Like



Edy Purnomo at 10:25pm February 13
sukses ya mas....smoga kedepanya menjadi lbh bak...aminnnn.....



Ade Kusumah at 10:53pm February 13
Good luck ya mas....

Write a comment...



Yuddy Chrisnandi Dua Rapat persiapan konvensi putaran 6 di Ujungpandang sabtu 14 feb, bertempat di Gd.Josang 45, semoga teman2FB di UP dapat hadir.dpt hub 081564675572

February 13 at 4:56am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua berada di Gd.Mulo Ujungpandang,Konvensi Capres putaran ke 6, mempresentasikan visi strategis Indonesia 0914: makmur,mandiri &bermartabat!mhn doa dan dukungannya

👍 February 13 at 9:44am · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Mengharapkan kehadiran teman2 FB Manado,Senin pagi! jam 9.30 di Ballroom Hotel Yuta,Jl.Santo Yosaf, paparan Indonesia Masa Depan.Salam Perubahan!!

February 15 at 10:34pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua Mengharapkan kehadiran teman2FB di Konvensi Capres DIB putaran7,selasa 24feb,jam9.30 di Gd.Kartini,Jl.A Yani-Pontianak-Kalbar,YCh boarding to Pontianak.

February 23 at 2:20pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua tiba di Pontianak bersama team. Konvensi Capres DIB putaran 7 bertempat di Taman Budaya, Jl. A. Yani, Selasa pagi. YCh angkat isu urgensi pemb. wil. perbatasan

February 23 at 4:31pm · Comment · Like



Yuddy Chrisnandi Dua kembali tiba di Jakarta dari Pontianak setelah Konvensi putaran ke 7 yg cukup melelahkan. Bersiap untuk Konvensi selanjutnya di Manokwari, Papua.

February 24 at 7:45pm · Comment · Like



Meina Ira at 10:07am February 24
Tetap semangat ya...! jangan pernah merasa lelah, saya sempat mengikuti waktu kunjungan ke manado, sukses selalu!



Sahwan Abu Hamad at 10:11am February 24
go ahead pantang mundur....



Fairus Zabadi at 11:20am February 24
maju terus kang yudy..masyarakat madura di belakang anda..N saya siap jd team sukses akang di wilayah madura..

Kutipan Isi Notes dalam Facebook Yuddy

YAKIN KITA BERUBAH

Monday, September 22, 2008 at 9:47pm

Lihatlah peta dunia. Betapa strategis letak geografis Indonesia. Diapit oleh dua benua, Asia dan Australia. Ditunggang oleh dua Samudera, Hindia dan Pasifik. Negara Indonesia sungguh lapang dan terbuka.

Lihatlah peta kawasan Asia Tenggara. Betapa luas wilayah Negara Republik Indonesia. Membentang luas seolah hanya menjadi "pinggiran" kepulauan kita.

Lihatlah daratan Indonesia. Memiliki sumber daya alam yang merata. Tak ada kepulauannya yang kerontang seperti padang pasir. Sekalipun di pulau yang terpencil yang seolah dibatas cakrawala.

Arunglah sungai dan jeram Nusantara. Airnya menjanjikan kesuburan padi dan palawija. Batang harinya menyediakan udang dan belida. Jika terus terjaga, niscaya memberi nayaka dan jelata makan yang jauh batasnya.

Menyelamlah ke dalam lautan kita. Bukan hanya ada ikan namun juga mutiara. Bahkan minyak dan gas segala. yang akan terus menjadi perebutan segala bangsa di dunia.

Galilah tanah kita. Air bersih sudah pasti didapat memancar dengan mudah dari tanah. Tak kalah mengendap di dalamnya ragam logam barang berharga senampak emas dan tembaga.

Tetapi, mengapa bangsa kita terus menjadi bangsa yang sering dihina dan kehilangan marwah?

Sangatlah tergantung negara kawan dan tetangga. Seolah Indonesia akan hilang tanpa berhutang. Sedikit dollar terguncang, APBN kita bergoyang. Gagal panen di Vietnam, isi perbuk kita akan terancam. Malaysia tolak tenaga kerja, pengangguran meradang terbuka. Seakan minyak kita akan tetap di perut Bumi sana tanpa perusahaan Amerika.

Mengapa?

Lanjutan

Jusup Silitonga at 10:58pm September 22, 2008

Keyakinan saja tidak cukup, Pak Yuddy. Dibutuhkan usaha & karya nyata. Karena wacana tanpa tindakan adalah nol besar. Dan semuanya itu membutuhkan proses yang pasti memakan waktu. Karena semua yang instan pada dasarnya adalah rapuh adanya. Saya bukanlah orang yang pesimistis, tapi saya adalah orang yang realistis. :)



Bangkit A. Wiryawan at 11:00am September 22, 2008

saya tawarkan satu gagasan deh mas, nasionalisme ekonomi! bukan gagasan baru sih, tapi tempatkan dalam konteks sekarang ini, maka kita akan dapatkan sudut pandang baru sebagai alternatif pendekatan pemerintahan selama ini. sistem ekonomi kita boleh liberal, sosialis, atau bahkan komunis, tapi semua ini dilakukan dengan menempatkan kepentingan nasional di atas segalanya, pokoknya bangsa adalah nomor satu. inilah menurut saya yg menjadi jawaban keberhasilan pembangunan China baru-baru ini, juga duku pendekatan yg sama telah dipraktekkan oleh Jepang, Jerman, dsb. bahkan Malaysia juga menggunakan pendekatan ini ketika melansir the new economic policy tahun 70-an. negara-negara tersebut memiliki sistem ekonomi yg cukup berbeda, namun sama2 menekankan aspek nasionalisme dalam melaksanakan pembangunannya. jadi kenapa nggak kita coba sekarang?



Helga Worotitjan at 11:01am September 22, 2008

Kami sdh bangkit & bergerak dr kpri2 tau, tp apa dberi kesempatan & ruang utk bisa naik lbh tgg? Bpk mungkin pduli, tp apa yg sdh Mas Yuddy perbuat agar kami bs berbuat lbh nyata? Atw menunggu kami2 menjadi tak sabar & melakukan suksesi paksa? Kami bkn generasi bodoh & malas, tp kami miskin meski kmiskinan tak m'gentarkan perjuangan kami. Kmiskinan yg mbuat sbagian kami bkerja ke luar negri demi periuk nasi & sbagian lg trs bertahan di middle class krn Mas Yuddy & kawan2 di Ged.Snayan yg mulai tak kami segani lbh doyan mengurus ruang privasi & hal2 yg substansinya gak penting! Misal ruu antipornografi/aksi dbanding antikemiskinan/pengangguran.... Semua dr generasi kami bta dtanya pasti pduli tp keran kami utk leluasa bkarya tak pernah dbuka selebar-lebarnya! Kredit utk usaha kecil aja sxratnya rumit, hakim agung utk MA aja kalian golkan blh sampe 70 thn, halah!

Mhn maaf sy keras ya Mas...tp sy hny coba membuka wawasan Mas, bhw kami peduli & ingin berkarya lbh nyata, tp kami tll miskin utk leluasa bergerak, bkn hny skdar diskusi/b'komentar. Sy bkn golput & m'byr pajak Mas & sedih krn tdk bs berbuat lbh byk & besar pdhal sy tau sy pny potensi raksasa....krn bgm mau skedar b'partai kalo kmana-mana saja sy takut anak2 sy tdk pny susu? Atw teman2 mhsiswafi cerdas yg msh bingung byr kuliah? Pendidikan mahal Mas, makanan bgizi mahal, apa yg tersisa bg energi intelektual & raga kami?



Ega Nugroho Rekso Soesilo at 11:03am September 22, 2008

Negara telah melakukan pembodohan massal dengan kecerdasan para pejabatnya... atau kebodohan luar biasa sehingga Amerika dengan freeportnya dengan leluasa mengeksploitasi tanah papua selama 120 tahun... jika boleh saya bertanya... mau makan apa anak cucu kita ketika kekayaan alam sudah habis dijarah mereka.....

