

FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLTIK: ANALISIS MEDIA SIBER FACEBOOK DR. FAIDA, MMR

Kun Wazis

Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, Jawa Timur
kunwazis@gmail.com

Abstrak

Facebook masih menjadi salah satu media sosial (media baru) yang dipilih para penguasa lokal (bupati) untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada khalayak di dunia maya. Pilihan terhadap media siber ini karena masih dinilai efektif dalam menyalurkan pesan kepada khalayak dengan segmentasi pecinta pengguna media maya Facebook. Jangkauannya yang luas menjadi alasan agar publik tidak lagi menemui kendala dalam menyampaikan pesan interaktif kepada penguasa.

Alasan efektivitas tersebut dipilih Bupati Jember dr. Hj. Faida, MMR untuk membangun komunikasi politik kepada masyarakat melalui jejaring Facebook. Tampilan Facebook yang disajikan adalah kegiatan resmi pemerintah Kabupaten Jember. Bupati wanita pertama yang memimpin di “Kota Santri” tersebut menjadikan suara pengguna Facebook sebagai salah satu masukan untuk membangun pemerintahan Kabupaten Jember.

Melalui analisis media siber, kajian ini menemukan bahwa komunikasi politik melalui saluran media sosial mendapatkan respons dari masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari dinamika komentar para tokoh maupun elemen masyarakat yang mendukung maupun yang tidak mendukung terhadap kebijakan Bupati Faida tersebut. Kasus yang diteliti ini menunjukkan dukungan masyarakat Facebook terhadap program bupati Jember, meskipun tidak bisa dikatakan merepresentasikan aspirasi seluruh warga Jember.

Kata Kunci: Facebook, Media Siber, Komunikasi Politik.

FACEBOOK FOR POLITICAL COMMUNICATION MEDIA: MEDIA CYBER ANALYSIS TO FACEBOOK DR. HJ. FAIDA, MMR

Facebook is still the one of the social media (new media) selected local authorities (district heads) to convey political messages to the audience in cyberspace. The choice of the cyber media is because it is still considered effective in delivering the message to the audience with virtual media user segmentation Facebook lovers. Extensive coverage is the reason that the public will no longer encounter any obstacles in delivering interactive messages to the government.

The effectiveness grounds been Regent Jember East Java dr. Hj. Faida, MMR to build political communication to the public through the Facebook network. Facebook views presented are the official government activities Jember. Regents first woman to lead in “Santri City” brings the Facebook user's voice as one of the inputs to build Jember regency government.

Through the analysis of cyber media, this study found that political communication through social media channels to get a response from the public. This can be seen from the dynamics comment or elements of community leaders who support or do not support the policy of the Regent Faida. The cases studied showed up public support against Jember regent program, although it can not be said to represent the aspirations of all citizens of Jember.

Keywords: Facebook, Cyber Media, Political Communication.

PENDAHULUAN

Penggunaan media berjaringan internet atau dikenal dengan media baru (*new media*), media online (*online media*) atau media siber (*cybermedia*) di Indonesia sebagai media komunikasi politik menjadi kajian yang menarik. Menurut Heryanto (2013: 176), ada sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap semakin intensifnya penggunaan internet dalam komunikasi politik di Indonesia. *Pertama*, internet menjadi sebuah media baru yang revolusioner di dunia karena merupakan “perkawinan” antara media cetak, audio, dan video yang menawarkan komunikasi dua arah. Dengan demikian, internet menjadi media yang tidak dapat dikendalikan oleh siapa pun, termasuk pemerintah yang berkuasa. *Kedua*, Indonesia juga terpengaruh oleh dinamisasi penggunaan internet yang terjadi di Asia. Jika pada tahun 2000, pengguna internet di Asia hanya kurang lebih 114.304.000 pengguna, maka pada tahun 2011, jumlah pengguna menjadi 932.393.209 dari jumlah populasi 3.879.740.877. Penetrasi internet terhadap populasi di kawasan Asia pada tahun 2011 adalah 24%. *Ketiga*, pertumbuhan internet yang cepat di Indonesia. Seiring dengan melonjaknya pengguna internet dan mobile, Indonesia juga tercatat sebagai salah satu negara yang paling ‘terhubung’ di dunia dengan 41 juta pengguna *Facebook*, 4,8 juta pengguna *Twitter*, keempat terbesar di dunia, dan salah satu yang terbesar dalam penggunaan blog. Tercatat hingga Oktober 2010, sudah ada 3,2 juta *blogger* yang mem-*posting* lebih dari 4,1 juta blog.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia (APJII) mencatat, pada 2014, jumlah pengguna internet tanah air tumbuh sebanyak 16,2 juta orang dari 71,9 juta orang pada 2013 menjadi 88,1 juta orang pada

2014. Tak heran, penyedia jasa internet atau internet service provider (ISP) terus bermunculan. Pilihan pun semakin banyak, dan pelanggan dimanjakan dengan produk-produk yang lebih kompetitif (*Tempo*, 21-27 Maret 2016). Berdasarkan catatan *Kompas* Edisi Senin 19 Oktober 2015, disebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 73 juta atau 28,5 persen populasi penduduk Indonesia pada 2012. Dari jumlah itu, pengguna *Facebook* di Indonesia mencapai 51.096.860 sampai pada 31 Desember 2012 atau terbesar di Asia setelah India yang mencapai 62.713.680 pengguna. Suharto (2014: 2) menggambarkan, “kita menyaksikan anak-anak kecil sudah familiar dengan jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan sejenisnya. Sebuah fenomena yang barangkali belum pernah terbayangkan oleh orang tua mereka,”. Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi 8 Juli 2013 (dalam Mulyana, 2014: 22) mengungkap sejumlah pejabat tinggi negara yang menggunakan media *cyber* berbasis *Twitter* untuk menyapa dengan pesan-pesan tertentu kepada ratusan ribu khalayaknya. Nasrullah (2015: 11) menyatakan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Realitas kekuatan media baru tersebut menyebabkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan media sosial sebagai saluran komunikasi politik para politisi dalam mengampanyekan target-target politiknya. Pada pemilihan kepala daerah serentak 2015, KPU mengatur penggunaannya di dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pilkada. PKPU itu

menyebutkan, tim sukses wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial kepada KPU daerah paling lambat sehari sebelum pelaksanaan kampanye. Selain itu, diatur pula konten kampanye serta durasi kampanye di media sosial. Pada pemilihan kepala daerah serentak kali ini, Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) mencatat sebanyak 26 persen dari 105 calon kepala daerah di 58 kabupaten dan kota dijadikan sampel pengawasan menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye. Dari jumlah itu, sebanyak 57 persen menggunakan *Facebook* dan 27 persen menggunakan *Twitter* (*Kompas*, 25 September 2015).

Dasar KPU menetapkan saluran komunikasi politik ini memang dinilai banyak pihak sudah tepat, baik secara teori maupun empiris. Secara konsep, berdasarkan catatan *Kompas* Edisi 19 Oktober 2015, sebagaimana diungkap Douglas Hagar (2014) dalam *Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections* menuturkan, media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial semacam *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube*.

Berkaitan dengan efektivitas media sosial tersebut, para pejabat publik, baik bupati, gubernur, hingga presiden menjadikannya sebagai media komunikasi politik. Bupati Jember Jawa Timur dr. Faida, MMR, merupakan salah satu kepala daerah di tingkat lokal (kabupaten) yang menjadikan

Facebook sebagai media komunikasi politik dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat Jember, baik selama kampanye politik maupun setelah terpilih menjadi bupati Jember periode 2016-2021. Kajian ini memfokuskan pada *Facebook* dr. FAIDA, MMR (selanjutnya dalam kajian ini ditulis dr. Faida, MMR) yang bisa diakses melalui laman <https://www.facebook.com/dr.faida/?fref=ts> dengan sejumlah alasan. *Pertama*, dr. Faida, MMR adalah bupati wanita pertama di Kabupaten Jember, yang dikenal sebagai “kota santri” religius ini, dan menggunakan media komunikasi politik *Facebook*. *Kedua*, dr. Faida, MMR dengan wakil bupatinya Abdul Muqiet Arief menggunakan media sosial *Facebook* selama kampanye politiknya. *Ketiga*, keberhasilan mengalahkan lawan politiknya menjadikan strategi politiknya melalui *Facebook* cukup menarik untuk dikaji sebagai taktik baru memenangkan kompetisi politik. *Keempat*, konsistensi dr. Faida, MM pasca terpilih sebagai bupati Jember yang tetap menjadikan *Facebook* sebagai salah satu media untuk mensosialisasikan program yang pernah dikampanyekan.

KAJIAN TEORITIS: FACEBOOK SEBAGAI LINGKUNGAN MEDIA KOMUNIKASI

Media Ecology Theory (MET) atau Teori Ekologi Media yang dicetuskan McLuhan digunakan untuk memahami realitas media baru *Facebook*. Menurut teori ini, masyarakat telah berevolusi, begitu juga dengan teknologi. Perkembangan teknologi media telah mengubah kehidupan masyarakat secara radikal. Intinya, manusia saat ini bergantung pada teknologi yang menggunakan media, sehingga ketertiban sosial dari masyarakat dapat tercipta dari kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Setiap hari masyarakat berkencan dengan teknologi sehingga khalayak benar-

benar telah terninabobokan oleh perkembangan teknologi media (West & Turner, 2010: 143-145). Toffler (dalam Wardana, 2004: 5) menggambarkan bahwa dunia telah mengalami fase pada gelombang ketiga (*The Third Wave*), yakni gelombang perubahan yang meninggalkan peradaban industrial untuk memasuki peradaban informasi. Perubahan yang sifatnya sporadis ini merupakan revolusi yang menimbulkan perubahan tanpa keterkaitan satu sama lain, perubahan yang sifatnya aksidental. Daniel Lerner menamakan era "Revolusi Komunikasi", Daniel Bell menyebut "Masyarakat Pasca Industri" (*The Post Industrial Society*) dan McLuhan mengidentifikasinya sebagai *Global Village* (kampung global) (Nurudin (2007: 37). Secara sosiologis, penerapan teknologi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Media telah menggiring individu memasuki ruang yang memungkinkan saling berinteraksi. Internet kini telah membentuk ruang maya bertegur sapa secara interaktif yang kemudian kita kenal dengan istilah *cyberspace* (Muhtadi, 2012: 60). Hal ini mengisyaratkan bahwa dunia maya yang dibangun dan dikonstruksi melalui jaringan internet dapatlah membangun daya rangsang dan emosi besar penggunaannya (Wahid, 2010: 34).

Realitas lingkungan media Facebook dapat merujuk pandangan Putra berdasarkan *tecninasia.com* pada 7 Maret 2011 (Liliwery, 2015: 299), bahwa: 1) alasan pertama adalah budaya. "Indonesia adalah *Facebook* dalam kehidupan nyata sesungguhnya. Budaya Indonesia terbentuk atas dasar adat "*sharing*", solidaritas dan komunikasi. *Facebook* memfasilitasi masyarakat Indonesia untuk dengan mudah berhubungan dengan keluarga, teman, dan orang-orang penting dalam hidup mereka; 2) ada kecenderungan masyarakat Indonesia

suka mengikuti tren, hal ini tidak hanya berlaku untuk *Facebook* tetapi juga untuk *Twitter* dan *Foursquare*, yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia; 3) alasan lain, karena semakin banyak orang bisa terhubung melalui *Facebook*, maka kebanyakan orang tidak bisa menolak untuk bergabung di media sosial ini lantaran sebagian besar teman-teman mereka berada di sana; 4) menurut Ronny Haryanto, banyak orang Indonesia suka memamerkan diri "*to show off*" dan tidak mau kehilangan muka, karena maka kebanyakan orang Indonesia gemar membaharui status (*status update*).

METODE ANALISIS MEDIA SIBER

Kajian ini merujuk metode analisis media siber yang ditawarkan Nasrullah (2015: 60-65) dalam menganalisis media *Facecook* Bupati Jember Faida. Sebab, level-level pada analisis media siber ini bisa digunakan sebagai panduan dalam meneliti realitas dan hubungannya antara Online-offline dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis difokuskan pada Facebook dr. Faida, MMR, bersumber pada situs *online* di

<https://www.facebook.com/dr.faida/?fref=ts> pada edisi Senin, 21 Maret 2016 berupa pernyataan Bupati Faida terkait persoalan pendidikan di Kabupaten Jember. Komunikasi politik yang di-upload pada pukul 10.32 WIB itu mendapatkan respons dari khalayak sebanyak 115 *Facebooker*. Karena terfokus pada statemen pada status tanggal tersebut, maka komentar yang dianalisis adalah yang terkait langsung dengan pernyataan tersebut, bukan di luar teks. Hal ini dimaksudkan agar lebih dalam mengungkap makna teks maupun non teks yang ditampilkan dan sikap *Facebooker* atas pesan Bupati Faida. Pertimbangan lainnya adalah dikarenakan kesibukan lalu lintas

pesan (informasi) dalam Facebook yang *up date* setiap saat sehingga kajian terhadap media siber lebih difokuskan pada teks tertentu agar dapat digambarkan secara detail makna teks yang dikaji.

Level yang dianalisis terdiri dari ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*). *Pertama*, level ruang media dapat mengungkapkan struktur maupun perangkat (regulasi dan prosedur dari media Facebook Bupati Faida, mulai dari membuat akun, prosedur memublikasikan konten, dan aspek-aspek grafis dari tampilan facebook tersebut. *Kedua*, level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi

Facebook Faida---sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung didalamnya---dipublikasikan melalui media Facebook. *Ketiga*, level objek media melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna maupun antarpengguna Facebook Faida, baik dalam unit mikro maupun unit makro. *Keempat*, level pengalaman media Facebook Faida menjembatani antara dunia virtual dengan dunia nyata. Hal ini dapat melihat dan mengungkap bagaimana motif yang melandasi pengguna dalam memanfaatkan dan memublikasikan sebuah status di Facebook. Selengkapnya pernyataan yang diteliti tersebut adalah statemen yang ditulis pada Facebook dengan tagline "*Government Official*" adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Facebook dr. FAIDA, MMR



HASIL ANALISIS: FACEBOOK DALAM KOMUNIKASI POLITIK LOKAL JEMBER

Berdasarkan analisis peneliti, pernyataan bupati kepada khalayak melalui Facebook dr. Faida termasuk kategori komunikasi politik. Pemerintah Kabupaten Jember ingin memastikan bahwa pendidikan gratis menjadi program yang harus

dilaksanakan. Bahkan, kebijakan pendidikan gratis itu akan diikuti dengan sejumlah aturan yang akan memberikan sanksi kepada kepala sekolah yang terbukti melanggar kebijakan bupati yang baru terpilih tersebut. Pernyataan ini mendapatkan kunjungan (*like*) 460 orang dan 115 komentar khalayak. Terhadap pernyataan ini, reaksi dari khalayak

yang berkomentar juga beragam dan dapat dikualifikasikan. *Pertama*, menyatakan kesetujuannya terhadap langkah bupati Faida untuk menggratiskan biaya pendidikan karena akan meringankan beban masyarakat kurang mampu dalam meraih akses pendidikan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Kabupaten Jember. *Kedua*, tidak setuju karena hanya akan menguntungkan masyarakat yang memiliki kemampuan (kaya) sehingga gratis mestinya

diberikan kepada yang tidak mampu saja. *Ketiga*, program tersebut harus mendapatkan kontrol yang ketat dari pemerintah karena dalam prakteknya tidak semudah yang diwacanakan. *Keempat*, diperlukan lembaga kontrol untuk mengawal program tersebut agar tidak terjadi berbagai bentuk pelanggaran. Berdasarkan kajian, tanggapan terhadap pernyataan Bupati Faida dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1 Pemetaan Komentar Facebookers

No.	Nama	Komentar	Sikap
1.	Budi Gunawan	Ternyata banyak yg mendukung sekolah gratis...kl bisa knp tidak...masyarakat mengharap terrealisasi..100 o/o ..Aamiin.....mari kita dukung Bupati Jember yg punya gagasan mencerdaskan anak bangsa lebih maju kedepan.	Mendukung gagasan Bupati Faida karena bisa dilaksanakan.
2.	Neo Al Chairie	Sya pribadi kurang setuju dengan adanya pendidikan gratis.,yg lebih tepat itu kondisional..Buat yg kaya ya bayar saja.,buat yg tidak mampu ya digratiskan...,,untuk yg masuk kategori cukup ya bayar secukupx.	Tidak mendukung jika yang mampu digratiskan
3.	Su Trisno	Saya sangat setuju bu. Utamanya dlm pemberian bantuan sarana prasarana hrs dilihat yg benar2 kurang/membutuhkan. Tidak seperti yg selama ini siapa yg dekat dapat pokoknya yg mau bayar selalu dapat. Semoga usaha ibu utk membenahi pendidikan di jember mendapat ridlo dan perlindungan Alloh SWT. Amin.	Mendukung pelaksanaan pendidikan gratis untuk perbaikan kedepan
4.	Tanto Regama	Mantap, smoga dgn sekolah gratis tidak hanya ilmu saja yg diperoleh, namun juga akhlak yg bermoral, punya sopan santun , budi pekerti, berwawasan kebangsaan dan nasionalisme tinggi Smg jember semakin maju.	Mendukung
5.	Real Sanana	Kebijakan yang patut diapresiasi dengan catatan ada manajemen kontrol yang baik sehingga berkesinambungan karena kadang kala teori berbeda dengan aplikasi dilapangan, moga segera terimplementasi agar wajah dunia pendidikan di jember berubah lebih baik demi pencapaian kualitas sumber daya manusia yang kompetitif/berdaya saing.	Setuju, tapi masih meragukan pelaksanaan di lapangan
6.	Nur Kholiq	Semoga ibu dr. Faida tetap semangat dan terus	Setuju untuk

		semangat memberantas pungli2 di dinas-dinas dan termasuk korupsinya.	kontrol
7.	Tony Prihandajanto	Yg sering namanya diubah bukan SPP tapi sumbangan pendidikan ditentukan batas minimalnya...kalo gak nyumbang...anak didik biasanya disindir trs di kelasnya...tlg bu dicek apakah msh ada yg melakukan pungli 2...di kota terutama msh ada kok...sekolah favorit....kami akan lapor kemana bu ...mhn petunjuk....	Masih pesimis dilaksanakan karena kebijakan internal sekolah

Sumber: Diolah peneliti 2016.

Lalu lintas yang bersifat interaktif antara bupati dan rakyat dalam ruang media *Facebook* tersebut menegaskan bahwa pesan-pesan memiliki pengaruh kepada khalayak. Hanya saja, seberapa besar pengaruhnya, masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Yang penting ditegaskan, bahwa fakta interaksi penguasa dan rakyat tersebut menggambarkan kekuatan media *Facebook* dalam menarik perhatian khalayak. Hal ini juga ditegaskan Burton (2012: 26) bahwa media telah menciptakan audiensi yang luas dan memiliki pengaruh terhadap para audiensi. Lebih dari itu, berbagai kritik, saran, dan usulan dari rakyat terhadap pemerintah dalam *Facebook* tersebut dapat menjadi saluran perubahan sosial ketika pendapat rakyat tersebut menjadi pendapat penguasa.

Tanggapan khalayak terhadap statemen politik Bupati Faida tidak hanya terbatas pada persoalan pendidikan gratis. Persoalan kesejahteraan pegawai juga mendapatkan perhatian dari para

Facebooker. Masyarakat juga meminta agar fungsi pendidik di desa di optimalkan karena maraknya fenomena kebebasan seksual di kalangan remaja, minum-minuman keras, dan pelanggaran norma yang dilakukan oleh para pelajar. Rahmad Ariyanto Al Jabbar yang berkomentar menawarkan wacana "kritis" dengan kalimat bernada sindiran, "*Sepintar apapun namun tak berakhlaq....Gaji besar kerja juga harus super optimal.....*," demikian kalimat yang dilontarkan tersebut. Hal senada juga disampaikan Suhariono dengan menampilkan komentar agar guru di lembaga swasta juga diperhatikan kesejahteraannya. Suhariono yang mewakili kalangan guru swasta itu menyatakan, "*Tolong Bu, guru swasta yang mengajar di lembaga swasta juga diperhatikan kesejahteraannya, karena kami juga pahlawan tanpa tanda jasa,*" katanya. Statemen lainnya yang disampaikan para Facebooker dapat dilihat gambarannya sebagai berikut.

Gambar 2. Komentar Facebooker



Berdasarkan kajian Facebook Bupati ditawarkan Nasrullah tersebut dapat Faida ditinjau dari level-level Analisis Media digambarkan sebagai berikut: Siber yang diolah dari analisis yang

Tabel 2. Objek dan Hasil Analisis

Level	Objek	Hasil
Ruang Media (<i>media space</i>)	Struktur perangkat media dan penampilan	Resmi dibuat oleh bupati Jember dengan sebutan “Government Official”. Desain pemkab Jember menjadi identitas wajah Facebook Faida. Tim khusus dibentuk untuk meng-upload informasi yang dinilai penting.
Dokumen Media (<i>media archive</i>)	Isi, aspek pemaknaan teks/grafis	Berisi informasi penting agenda bupati, baik bersifat teks, audio visual yang terkait dengan program Pemkab Jember. Representasi kuasa nampak dalam dominasi figur Bupati Jember Faida dalam berbagai momen penting kegiatan pemkab Jember. Representasi diri Bupati Jember yang baru terpilih dengan program Jember Baru Jember Bersatu. Memberikan imajinasi aspiratif terhadap ruang media maya yang dibuatnya.
Objek Media (<i>media object</i>)	Interaksi yang terjadi di Media Siber	Lalu lintas interaksi sesuai dengan topik yang di-upload dalam Facebook Faida. Gagasan para pengguna bisa mendukung dan tidak mendukung dengan catatan, seperti kebijakan pendidikan gratis di Jember.
Pengalaman (<i>experiental stories</i>)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i>	Motifnya menjadi media untuk menyaring aspirasi masyarakat Jember melalui Facebook. Merepresentasikan kekuasaan bupati Jember dalam menguasai pesan-pesan pemerintahan dalam ruang media Facebook.

	maupun <i>on line</i>	Efeknya masyarakat merespons tetapi belum menjadi satu-satunya aspirasi yang segera ditindaklanjuti. Mengungkapkan dinamika masyarakat Jember dalam melihat program yang dicanangkan Bupati Jember, salah satunya pendidikan gratis.
--	-----------------------	--

Sumber: Diolah Nasrullah, 2015.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berdasarkan analisis media siber sebagai berikut: 1) Media baru Facebook dr. Faida menjadi salah satu media komunikasi politik yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kebijakan pemerintahan kepada khalayak; 2) Media sosial Facebook menjadi saluran pesan masyarakat dalam mensikapi kebijakan bupati Jember sehingga dapat menjadi alternatif komunikasi politik antara penguasa dan warga Jember; 3) Media siber Facebook masih belum merepresentasikan aspirasi seluruh warga Jember; 4) Media online Facebook dipilih karena praktis, murah, tanpa batas akses, bisa dilakukan dimana saja, dan bebas mengunggah komentar dan tanggapan.

Berkaitan dengan analisis terhadap Facebook dr. Faida, MMR tersebut, ada beberapa hal yang dapat disarankan, yaitu: 1) Facebook dapat ditingkatkan menjadi salah satu media untuk mengambil kebijakan partisipatif melalui dialog di ruang publik tersebut; 2) Facebook dapat ditingkatkan sebagai media kritik terhadap kebijakan pemerintah dengan merespons pandangan kritis masyarakat; 3) Facebook dapat ditingkatkan untuk membaca suara rakyat, terutama aspirasi yang konstruktif, bukan disktruktif sebagai upaya membangun relasi yang harmonis.

DAFTAR PUSTAKA

Burton, Graeme. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.

Heryanto, Gun Gun, & Shulhan Rumaru. (2013). *Komunikasi Politik*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Kompas. (2015). Jakarta: Harian Surat Kabar *Kompas* Edisi 25 September 2015.

Kompas. (2015). Jakarta: Harian Surat Kabar *Kompas* Edisi 19 Oktober 2015.

Liliweri, Alo. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy. (2014). *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin. (2007). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Muhtadi, Asep Saiful. (2012). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Suharto, Babun. (2013). *Managing Transation*. Jember: STAIN Jember Press.

Tempo. (2016). *Inforial: Untuk Layanan Internet Berkualitas*. Jakarta: Majalah Edisi 21-27 Maret 2016.

Wardana, Data. (2004). *Membangun Ekonomi Nasional*. Surabaya: JP Press.

Wahid, Abdul dan Muhammad Labib. (2010). *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*. Bandung: PT Refika Aditama.

West, Richard, & Lynn H. Turner. (2010). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.