

KOMUNIKASI POLITIK PARA ELIT DI ERA *VIRTUAL CULTURE*

Lilik Sumarni

Universitas Muhammadiyah Jakarta

liliksumarni1@gmail.com

Abstrak

Sebuah dunia virtual telah tercipta mendampingi dunia realitas. Aktivitas politik para elit, terutama dalam setting politik dengan kemampuan strategi membuat opini publik dan engineering of discourses; perang wacana dengan memanfaatkan kekuatan media. Media sosial dalam pusaran waktu menjadi mesin yang sangat signifikan untuk menentukan gaya hidup, sikap politik disamping itu menghadirkan bisnis online yang sangat menggiurkan termasuk bisnis politik. Berbaurnya politik dan kepentingan ekonomi menjadi begitu dominan dalam ranah industri media. Kehadiran ruang sosial dunia maya memberikan perspektif baru dalam memahami perkembangan wacana politik. Dalam era virtual saat ini informasi yang berkenaan dengan politik begitu murah dan telah terjadi fatalitas informasi yang akhirnya menjadi alat permainan dan hiburan serta humor yang tidak lagi memiliki nilai guna, fungsi maupun maknanya, semua telah terburai dan terdistorsi oleh kepentingan kapitalis yang hanya mengedepankan business oriented semata tanpa memperhitungkan konten. Kehadiran media sosial yang membentuk budaya baru termasuk dalam budaya dan perilaku politik para elit, pencitraan serta marketing politik telah menciptakan perpecahan dan membangun sebuah kota-kotak pendukung para actor politik dengan strategi iklan politik dalam bentuk pencitraan. Akomodasi media massa terhadap politik citra dipahami dalam perspektif ekonomi dalam konteks hukum penawaran dan permintaan yang menjadi ciri logika dan regulasi pasar. Saat politik menjadi begitu sangat komoditi, dan akhirnya realitas pemilu dapat dikapitalisasi, maka media dan masyarakat cyber pun menganggap politik citra sebagai sesuatu yang sah dan begitu alami, dan setiap orang bebas meng create strategi untuk memenuhi kepentingannya.

Kata kunci: komunikasi politik, elit, virtual culture.

Abstract

A virtual world had been created to join the world of reality. Activities of political elites, especially in a political setting, with the efficacy of the strategy by clicking and engineering the public opinion of discourses; war discourse by harnessing the power of media. Social media in a time vortex became a very significant machine to determine our lifestyles, political attitudes in addition to bring online a very lucrative business online, including politics. Mingling of political and economic interests became so dominant in the realm of the media industry. The presence of social cyber space provided a new perspective in understanding the development of political discourse. In this virtual world era, the current information relating to politics is easy to obtain and there had been a fatality information that ended up being a mockery, entertainment and humor that no longer had a value, function and meaning, they were mingled and distorted by the capitalist interests who only promote business oriented alone regardless of content. The presence of social media became an implement of shaping the new culture included culture and attitudes of political elites, mirror-imaging and political marketing that had created divisions and made the boxes of support political for the political actors with political advertising strategy in the form of imaging. Accommodations of mass media for the image of politics were understood in the perspective of the economy, especially in the law of supply and demand that became the logical characteristic and market regulation. When politic become a commodity, and ultimately the reality of elections can be capitalized, the media and the public image of political cyber regarded as legitimate and so natural, and everyone is free to create strategies to meet their interests.

Keywords: Political Communication, Elites, Virtual Culture

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi telah merubah tatanan hidup manusia, baik mengenai prilaku, gaya hidup, sikap politik maupun cara pandang atau worldview nya dalam rangka memahami sebuah realitas sosial. Realitas yang kini jauh dari fakta, realitas hasil konstruksi yang terbebani begitu banyak kepentingan. Setiap orang saat ini semua bebas memberikan arti atau persepsi, sehingga hampir tidak ada satu katapun tanpa distorsi dan rekayasa. Hasilnya adalah sebuah definisi yang mengambang yang terbuka dengan berbagai konstruk dan makna yang bercabang.

Politik dalam bauran postmodernisme, masyarakat digital, marketing dan pencitraan menjadi santapan keseharian yang dihidangkan media massa maupun media sosial. Betapa kita sudah tidak lagi bahagia dengan pengemasan berita yang terlalu berlebihan, dan kita tersadar betapa mengkonsumsi media massa sesungguhnya selalu dibarengi perasaan curiga mengenai kebenarannya. Membaca berita saat ini ada rasa ketakutan kalau-kalau hanya sebuah kebohogan hasil rekayasa, hanya sekedar ilusi dan pencitraan. Setidaknya itulah yang kita sama-sama rasakan, sehingga sulit untuk menemukan kejujuran sebagai dialog batin untuk memperbanyak pengalaman kita ketika bercengkerama dengan media massa dan media sosial di era *virtual culture* seperti saat ini. Media massa dan media sosial yang saat ini tampil terlalu sangar, mengedepankan kepentingan ekonomi dan jauh dari memperhatikan konten yang mendidik dan mencerahkan mempergunakan segenap strategi dan politik pemberitaan mendistribusikan

konten dalam ranah perang secara ekonomi menjadi alasan bertahan media dalam lingkungan yang kompetitif. Kemudian masuknya pebisnis media dalam industri politik juga mengkaburkan antara praktik politik dan kepentingan politik. Saat ini kita perlu kesadaran dan kecerdasan ekstra untuk memahami kebenaran informasi dari berbagai media yang begitu overlap dan terdistorsi.

Dewasa ini sebuah dunia virtual telah tercipta mendampingi dunia realitas. Demikian pula dalam aktivitas politik para elit, terutama dalam setting politik dengan kemampuan strategi meng create opini public dan *engenering of discourses; dalam perang wacana dengan memanfaatkan kekuatan media*. Media social dalam pusran waktu menjadi mesin yang sangat signifikan untuk menentukan gaya hidup, sikap politik disamping itu menghadirkan bisnis on line yang sangat menggiurkan termasuk bisnis politik, semua cepat saji dan berada digenggaman kita, apapun yang kita inginkan langsung tersedia, ini mengakibatkan budaya konsumtif baru secara on line, baik konsumtif benda, nilai maupun ideologi. Budaya digital telah merubah total gaya hidup dan ideology manusia, membuat ketergantungan yang amat dasyat, manusia begitu lapar dengan informasi yang tekadang hanya sebagai pelarian dari rutinitas dan kejenuhan dengan permasalahan di kehidupan nyata. Namun demikian, dunia virtual yang sengaja diciptakan ternyata tidak dapat menyelesaikan permasalahan manusia yang ada di dunia realitas.

Akhir-akhir ini kita banyak disuguhi oleh berbagai prilaku para elit yang disajikan oleh media sosial dengan para pendukungnya yang haus akan kekuasaan, bahkan mereka tidak lagi takut

menistakan agama, menjadikan agama sebagai industri politik, bahan tertawaan dan lelucon dan humor yang jauh dari rasa tanggungjawab sebagai manusia yang diciptakan oleh Tuhannya. Karena nafsu dan kerakusan dengan kekuasaan dan bisnis maka para elit tidak sungkan-sungkan lagi menjual negerinya jadi bahan olok-olokan atau bahan humor yang merendahkan. Kita telah berada pada masa dan budaya serta zaman manusia tidak lagi takut pada Tuhannya, telah kehilangan rasa malu dan kejalman menjadi alat hiburan yang mengasyikan. Di Era kebebasan yang kebablasan saat ini kita sulit sekali menemukan sebuah kebenaran, etika diperjual belikan, hukum begitu tak bertaring terutama pada golongan orang-orang yang kuasa dan punya kekuasaan baik harta maupun posisi. Semua menjadi bahan tertawaan dan ini akan menjadi abad cyber yang menyatukan semua kepentingan dan kejahatan manusia yang dipahami seperti layaknya ketika mereka bermain game. Pada akhirnya para elit terperangkap oleh kesibukan pencitraan, perebutan dan bertahan secara ekonomi untuk melanggengkan kekuasaan, mereka tidak lagi memikirkan apa yang menjadi tujuan utama rakyat memilihnya. Oleh karena itu kejian mengenai *Komunikasi Politik Para Elit Di Era Virtual Culture* menjadi penting sebagai bahan diskusi sentral dalam mensikapi perkembangan dan pergolakan politik saat ini.

ketidakpastian kategori. Batas-batas tidak adalagi, kekacauan dan semua terlalu vulgar (Piliang, 2004).

Teori Ekonomi Politik Media

Teori-teori ekonomi politik membahas tentang kontrol para elit terhadap institusi-institusi seperti bank, pasar-pasar bursa dan upaya mereka untuk mengontrol pada institusi-institusi sosial, dalam hal ini

yang termasuk dilakukannya terhadap media massa. Ekonomi politik menerima asumsi dari *Marxis classic* yang mendasari adanya dominasi dari superstruktur. Seperti telah ditunjukkan di mana ekonomi politik mempunyai sesuatu yang sudah teruji bagaimana memaksa batas-batas ekonomi atau bentuk-bentuk budaya massa yang mereka distribusikan pada media, dan kurang memperhatikan pada pemahaman bagaimana pemrosesan dan distribusi dari produksi isi pesan, seperti dengan mendominasi jadwal harian audiens dengan mengkonsumsi seluruh acara televisi; hal ini merupakan bentuk dominasi budaya.

Dominasi ekonomi untuk menghidupkan budaya dominan, maka dalam hal ini ekonomi politik secara perlahan diakui memberikan perubahan budaya yang dapat mempengaruhi istitusi-institusi ekonomi. Selamanya ekonomi dan politik selalu terhubung oleh perbedaan dari budaya populer sehingga menimbulkan peluang-peluang di dalamnya dalam rangka membuat pengertian mengenai konten budaya. Maka dengan adanya dominasi superstruktur terhadap media dan kepemilikan media oleh elit hal inilah yang membangkitkan studi-studi kritikal pada status quo. Teori ekonomi politik media; penekanannya dengan pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan atau isi ideologis media. Dalam arti, institusi media harus merupakan bagian dari sistem ekonomi yang terhubung secara erat dengan sistem ekonomi yang juga terhubung secara erat dengan sistem politik (*Reader. Approaches to media, 1995. Bab 4. The Political Economy Approaches, hlm. 186-187*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologi di baliknya maka, media sulit menjadi cermin realitas (*mirror of reality*), media sering dituduh sebagai perumus realitas (*definer of reality*) sesuai dengan ideologi yang melandasinya (Bennet, 1982). *Beroperasinya ideologi di balik media, tidak dapat dipisahkan dari mekanisme ketersembunyian dan ketidaksadaran yang merupakan kondisi dari keberhasilan sebuah ideologi.* Artinya, sebuah ideologi itu menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi dan ia merubah pandangan setiap orang secara tidak sadar (Gramsci dalam Mouffe 1979).

Seperti pendapat diatas maka dapat dipahami media dalam beroperasi hampir tidak dapat independen, media saat ini di dalam situasi yang sangat kompetitif telah terjebak dalam industri politik dibalik kepentingan ekonomi media. Bagaimana mungkin media dapat bisa menjadi netral dan berdasarkan fakta atau menjadi cermin realitas (*mirror of reality*) ketika media terbebani oleh berbagai kepentingan, bahkan media dituduh sebagai perumus realitas; karena media bebas mengkonstruksi berita dan sudut tembak serta menentukan actor sebagai pemain utama dalam membentuk opini public. Dalam ranah operasional media, ideology memegang peranan yang sangat penting; sehingga membentuk sebuah frame yang diarahkan, menjiwai seluruh strategi media di dalam bercerita. Pada akhirnya menghasilkan sebuah ritme cerita dan konten yang sesuai dengan apa yang menjadi rujukan nilai-nilai media atau tujuan institusi media. Angin kebebasan yang saat ini telah terbuka dan bahkan terlalu vulgar, tidak menjadikan media independen seperti yang mereka tuntut ketika media berada pada masa

sistem media otoriter. Perjuangan berdarah-darah dengan adanya reformasi menjadi ambigu dan berjalan ditempat, perjuangan kebebasan dan reformasi telah kehilangan arahnya; bukan lagi menuju kebebasan tapi pada akhirnya setiap orang telah kehilangan kebebasannya; karena hampir semua terbuka di media sosial, kini begitu over lapp; antara yang baik dan buruk, antara yang benar dan salah, dan antara yang boleh dan tidak, semua telah tersajikan dan dikonsumsi oleh public secara vulgar tanpa sisa. Media tidak lagi bertaring karena dikuasai oleh orang-orang yang masuk kedalam ranah industri politik, bagaimana mungkin media sebagai agen perubahan bisa konsisten menyuarakan kebenaran dan idealismenya di saat mereka ikut berebut didalam industri politik; contohnya saja seperti Harry Tanoe (MNC) dan Surya Paloh (Metro TV). Sebagaimana yang ditunjukkan oleh Adorno dan Horkheimer, bahwa budaya tidak lepas dari ekonomi politik dan produksi kebudayaan kapitalis: sebuah paradoks bagi proyek Pencerahan.

“The culture industry fuses the old and familiar into a new quality. In all its branches, the products which are tailored for consumption by masses, and which to a great extent determine the nature of that consumption, are manufactured more or less according to plan.”(Adorno, (J M. Bernstein ed.), 1991: 98)

Dinamika Politik dalam Masyarakat Cyber

Gegap gempita dan gempuran industry media massa dalam ranah politik begitu vulgar terlihat dan dipraktikan. Saat ini masyarakat politik dan para elitnya tidak dapat lagi membendung libido politik dan kekuasaan yang semakin hari semakin memuakan. Politik yang seharusnya

menjadi wadah dalam implementasi demokrasi yang fundamental bagi masyarakat kini telah kehilangan fungsinya karena para oknum yang terlalu sensual memasarkan minat politiknya yang tak lagi keberpihakan pada rakyat. Rakyat hanya menjadi alat komodifikasi mereka dalam berjualan partai dan kepentingan. Begitu banyak perilaku para elit yang semakin hari semakin menunjukkan siapa mereka sebenarnya, seperti yang terjadi di media maya atau internet. Perkataan politik yang cenderung keras dan penistaan terhadap para pesaing begitu menjadi biasa dan menjadi bahan “meme” untuk menghibur sebagian masyarakat digital yang memang sudah bosan dengan pembicaraan politik, dikala politik tidak lagi berfungsi sebagaimana mestinya, masyarakat kehilangan figure yang memberikan harapan kepada mereka mengenai sebuah masa depan yang menjanjikan, karena janji politik pun direkayasa.

Seperti telah kita saksikan proses politik menjelang Pilpres, bergulir kian cepat dan menghadirkan histeria massa untuk menjadi bagian utuh dari narasi besar yang sedang dikonstruksi para elit melalui politik pencitraan mereka. Kontrak politik yang memungkinkan mereka saling merapat dan menyatu untuk memproklamirkan diri menjadi tiga pasangan. Meskipun terlihat diantara mereka kerap bersebrangan di masa lalu. Tetapi ketiga pasangan itu harus memainkan peran bersama yakni mencitrakan diri sebagai pasangan ideal dalam kesadaran atau bahkan ketidaksadaran pemilih. Hal ini menghadirkan mekanisme yang menempatkan politik bukan di ranah realitas substantif melainkan hiperealitas. Itulah yang tergambar dalam media massa dalam hiruk pikuk dan hiperealitas media semua menjadi dimungkinkan.

Perang citra dalam media massa dan media social begitu sensual. Hampir seluruh media mengemas Pemilu dalam dimensi politik citra para elit. Akomodasi media massa terhadap politik citra bisa dipahami perspektif ekonomi dalam konteks hukum penawaran dan permintaan yang menjadi ciri logika dan regulasi pasar. Saat politik menjadi begitu sangat komoditi, dan akhirnya realitas pemilu dapat dikapitalisasi, maka media dan masyarakat cyber pun menganggap politik citra sebagai sesuatu yang sah dan begitu alami, dan setiap orang meng create strategi ini.

Sebuah kampanye politik yang sukses kaitannya dengan kontribusi media sosial dapat dilihat salah satunya keberhasilan Barrack Obama di Amerika Serikat. Barack Obama mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *MySpace* dan *Plurk*. Melalui internet Tim Barack Obama berhasil merebut 218 juta pengguna internet dengan pemanfaatan media *online*, Barack Obama kemudian menjadi presiden pertama orang kulit berwarna di Amerika Serikat (*DetikNet*).

Politik Citra dalam Masyarakat Digital

Hal yang menonjol dipraktikkan oleh elit dalam politik citra akhir-akhir ini, adalah pemilahan (oposisi) antar elit. Oposisi yang menekankan pada kemampuan mengelola bahasa dalam menghantarkan makna guna menstrukturkan dan mengkonstruksi realitas. Misalnya pemilihan baik-buruk, gelap-terang, rasional-irrasional, pro rakyat- dan tidak. Semuanya itu, lebih merupakan mekanisme penciptaan kesan daripada substansi. Energi rakyat terkuras ke dalam diskursus dari pemilahan yang elitis tadi dibombardir oleh yel yel dan janji-janji. Hingga tidak cerdas lagi untuk

menevaluasi indikator-indikator program yang ditawarkan oleh masing-masing pasangan kandidat, guna meningkatkan kapasitas individual dan kolektif rakyat di masa depan.

Sejauh pandangan dari para tokoh postmodernis itu mampu mengamati dan menjelaskan hubungan teknologi komputer dengan konstruksi imajiner, citra-citra, image yang mengubah rasionalitas setiap aktor mendorong bentuk keniscayaan yang tak terelakkan di era cyberspace. Haluan ini perlahan dideteksi sebagai realitas “semu” antara batas-batas wilayah psikososial menuju pada keteraturan yang homogen dan integral namun sesungguhnya terfragmentasi. Dalam Teori Media Baru, Marshall McLuhan memperkenalkan istilah “Medium is an extension of man” medium adalah perpanjangan tangan manusia. Dan, yang paling mendekati dari pandangan McLuhan adalah mengenai teknologi mekanik (*mechanical technology*) dan elektrik, Semboyannya yang paling terkenal adalah “*Medium is the message*”. Medium atau sarana yang mempengaruhi manusia, bukan isi (*content*) apa yang disampaikan. Karakteristik medium sebenarnya adalah makna dari pesan itu sendiri sedangkan isi pesan menjadi hal yang ‘nothing’. *‘The medium is the message’ because it is the medium that shapes and controls the scale and form of human association and action. The content or uses of such media are as diverse as they are ineffectual in shaping the form of human association. Indeed, it is only too typical that the “content” of any medium blinds us to the character of the medium. It is only today that industries have become aware of the various kinds of business in which they are engaged.* (McLuhan, 1964: 11)

Kehadiran media sosial yang membentuk budaya baru termasuk dalam budaya dan perilaku politik para elit, pencitraan serta marketing politik telah menciptakan perpecahan dan membangun sebuah kota-kota pendukung para aktor politik dengan strategi iklan politik dalam bentuk pencitraan. Kini masyarakat disugahi citra para tokoh politik sebagai hasil konstruksi oleh agen-agen marketing politik yang menghalalkan segala kata-kata kebencian yang menjadi senjata ampuh untuk berjualan konten politik. Terbentuknya dua kubu inipun diramaikan dengan orang-orang atau owner media yang terjun dalam ranah politik dalam rangka berebut kapling-kapling untuk memuluskan bisnis mereka. Agaknya peran serta seluruh komponen masyarakat menjadi penting agar kebebasan taat pada rambu-rambu dan kebijakan yang seharusnya sudah dibuat oleh pemerintah agar pesta pora kebebasan tidak kebablasan dan cenderung liberal.

Iklan politik dalam media sosial dilakukan untuk memainkan peranan penting dalam membentuk pencitraan untuk merebut popularitas, akseptabilitas, dan elektabilitas sekaligus juga merebut empati.

Pudarnya Nilai-Nilai dan Etika

Terjadinya hipermoralitas adalah salah satu konsekuensi dari wacana kecepatan dan keharusan informasi adalah kecenderungan dekonstruksi terhadap berbagai kode-kode sosial, moral atau kultural. Hiperrealitas media adalah ajang terjadinya pembongkaran berbagai batas (sosial, moral, kultural, seksual) sedemikian rupa, sehingga menciptakan semacam keaburan batas atau ketidakpastian kategori. Batas-batas tidak adalagi, kekacauan dan semua terlalu vulgar (Piliang, 2004).

Dengan demikian tidak ada lagi kejelasan mana yang merupakan batasan moral yang menjadi ukuran yang menyangkut standart perilaku manusia atau masyarakat dunia maya, karena tidak adanya kejelasan ideology, ketidak jelasan etika dan ketidak jelasan pemahaman atas fenomena sosial dan politik akibat dari sistem nilai yang tumpang tindih sehingga kehilangan arti inti sari nilai itu sendiri. Pemahaman kearifan local semakin hari semakin kabur karena tidak adanya batasan budaya local adi luhung akibat berbaurnya budaya asing, hal ini juga menyangkut definisi sebuah kebenaran yang saat ini begitu mahal. Munculnya multi partai dan masuknya politik dalam industri bisnis juga memperkeruh sistem politik yang memang bermula dari sistem pemilu atau pemilukada yang pelaksanaannya sarat dengan korupsi. Pada akhirnya perilaku para elit tidak lagi murni untuk kepentingan rakyat tetapi bagaimana cara mengembalikan ongkos politik yang begitu mahal. Saat ini media dalam bauran politik terlihat begitu kelelahan untuk mencari cara merebut hati masyarakat dunia maya, hingga mereka mengabaikan etika dalam marketing politik, dengan berbagai cara mereka menjual ideology, demokrasi, agama, citra, memecah belah umat, mengkaburkan Pancasila, semua dikemas sebagai komoditi dan struktur produksi makna untuk meraih simpati masyarakat marginal yang banyak jumlahnya, dan setelah para elit menduduki singgasana maka mereka ditinggalkan, sehingga masyarakat yang tadinya dimobilisasi sebagai pendukung untuk memuluskan jalan sang pemimpin hanya sebagai hiasan yang yang tak lagi ada gunanya, setelah itu bermainlah para actor politik dalam kapling-kapling pembagian kue kekuasaan, sibuk positioning dan membranding diri diatas tumpukan

penderitaan rakyat yang tidak lagi memiliki kekuasaan untuk berkata dan bertindak.

Terjadinya depolitisasi, yaitu *berbaurnya antara realitas dengan simulakrum, antara kebenaran dan kepalsuan, antara fakta dan rekayasa, akan mengakibatkan massa yang kehilangan daya kritisnya* (Piliang, 2004). Saat ini yang palsu dan yang benar sudah begitu sulit dibedakan. Perjuangan demokrasi dan kebebasan telah diciderai oleh kebebasan sebagian orang untuk bertindak mengkebiri kebebasan orang lain. Sistem keterbukaan dan transparansi yang hanya merupakan imitasi dan hanya produk jualan dari nilai demokrasi yang saat ini hampir tidak pernah menyelesaikan permasalahan dalam ranah politik, karena semua orang bebas menyuarakan demokrasi, semua orang bebas mengeluarkan sikap politiknya, akhirnya mereduksi pemahaman dan definisi yang tidak pernah tuntas, mengakibatkan demokrasi tidak lagi layak jual, demokrasi hanya sebagai “tools” untuk membodohi rakyat pemilih, mengapa demikian, karena ketika masyarakat belajar tentang demokrasi dan semakin kritis berbarengan dengan itu sikap kritis masyarakat di ciderai dengan peraturan peraturan yang diada-adakan untuk menyumbat sikap kritis itu sendiri. Media yang tadinya berfungsi sebagai agen perubahan untuk memberikan pendidikan politik masyarakat, media pada akhirnya menjadi algojo untuk menebas leher semangat kebebasan masyarakat untuk memberikan analisis kritis. Media telah terkooptasi dan terjebak dalam ranah permainan politik dan bisnis serta politik kapitalis.

Politik dan Tanggungjawab Moral

Kesatuan masyarakat Indonesia saat ini tidak lagi kental, ketika masyarakat ikut berperan dalam operasi bursa politik;

maka mereka tidak lagi mencari teman tetapi lebih kepada mencari musuh; baik itu musuh ideology, kepentingan ekonomi maupun musuh riil kepentingan politik. Padahal, kondisi Indonesia sebagai masyarakat yang majemuk harus dipersatukan dengan saling menghargai, saling mendukung dan saling mempercayai. Pembentukan pribadi dalam perilaku politik menjadi agenda utama sebagai tanggungjawab moral dalam tindak politik, sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam keputusan politik. Dengan demikian, rakyat memerlukan politisi yang memiliki kemampuan untuk mendahulukan kemakmuran bersama, bukan hanya mengedepankan kepentingan, pribadi, kelompok dan golongan tertentu saja. Mirisnya, keputusan politik terjadi karena objektif atau tujuan partai dan orang-orang tertentu. Sehingga akan terlihat begitu kental perilaku partai pada figure-figur terpilih sebagai pemimpin. Tanggungjawab moral dalam bidang politik sangat tergantung pada politikusnya, karena keputusan yang diambil mempertaruhkan masyarakat kecil, dan generasi yang akan datang sebagai sumberdaya bangsa. Disamping itu control sosial juga tak kalah penting untuk membendung nafsu para calo yang bermain di ranah politik. Pemberdayaan masyarakat yang menyatukan seluruh elemen didalam Negara dan masyarakat sangat penting dan menjadi krusial untuk segera dilakukan pembetulan yang mengarah kepada pelaksanaan sistem dalam Negara yang memiliki keberpihakan terhadap kepentingan rakyat.

Terjadinya *fatalitas informasi yaitu Informasi yang berkembangbiak tanpa kendali pada akhirnya akan menciptakan kondisi kecenderungan pembiakan informasi ke titik ekstrim, yaitu ke arah*

yang melampaui nilai guna, fungsi dan maknanya (Piliang, 2004). Hal ini terlihat saat ini informasi yang berkenaan dengan politik begitu murah dan telah terjadi fatalitas informasi yang akhirnya menjadi alat permainan dan hiburan serta humor yang tidak lagi memiliki nilai guna, fungsi maupun maknanya, semua telah terburai dan terdistorsi oleh kepentingan kapitalis yang hanya mengedepankan *business oriented* semata tanpa memperhitungkan konten. Lihat saja kampanye politik hanya identic dengan penampilan artis dangdut, dan penistaan nilai-nilai agama. Maka munculah perang dalam dunia maya yang disebut dengan “cyber war”, semua energy dihabiskan hanya untuk menyuarakan kebencian-kebencian politik pada pesaingnya. Seakan-akan mereka berada dalam Negara-negara yang berlainan dalam dunia maya, ini yang saat ini kita telah alami. Dunia digital telah merubah watak manusia mejadi beringas, kejam dan jahat secara virtual dan akhirnya akan eraplikasikan dalam dunia realitas. Ketika etika tidak lagi menjadi landasan dalam kehidupan, maka sistem nilai akan berbaur dengan sistem nilai yang hanya bermuatan ekonomis dan fisik semata, menghilangkan keluhuran budi manusia dan semangat penghargaan pada kemanusiaan. Saat ini kita telah berada pada zaman yang penuh dengan ketidakpastian dan kebohongan, mempercayai sebuah berita tidak lagi sesederhana dulu lagi, politik dalam ranah virtual telah membentuk model baru yang menggugat nilai-nilai demokrasi yang tidak pernah tuntas dengan definisinya di berbagai negara. Nilai-nilai demokrasi kapitalis telah banyak memakan korban dan telah memerlukan banyak ongkos politik, tapi dalam prakteknya tidak lagi dapat memberikan solusi kongkrit permasalahan itu sendiri.

SIMPULAN

Politik dan kepentingan ekonomi menjadi begitu dominan dalam ranah industri. Kehadiran ruang sosial dunia maya memberikan perspektif baru dalam memahami perkembangan wacana politik. Dalam era virtual saat ini informasi yang berkenaan dengan politik begitu murah dan telah terjadi fatalitas informasi yang akhirnya menjadi alat permainan dan hiburan serta humor yang tidak lagi memiliki nilai guna, fungsi maupun maknanya, semua telah terburai dan terdistorsi oleh kepentingan kapitalis yang hanya mengedepankan *business oriented* semata tanpa memperhitungkan konten.

Kehadiran media sosial yang membentuk budaya baru termasuk dalam budaya dan perilaku politik para elit, pencitraan serta marketing politik telah menciptakan perpecahan dan membangun sebuah kota-kota pendukung para aktor politik dengan strategi iklan politik dalam bentuk pencitraan.

Akomodasi media massa terhadap politik citra dipahami dalam perspektif ekonomi dalam konteks hukum penawaran dan permintaan yang menjadi ciri logika dan regulasi pasar. Saat politik menjadi begitu sangat komoditi, dan akhirnya realitas pemilu dapat dikapitalisasi, maka media dan masyarakat cyber pun menganggap politik citra sebagai sesuatu yang sah dan begitu alami, dan setiap orang bebas meng create strategi ini.

SARAN

1. Aktor politik hendaknya mengedepankan isi tanggungjawab daripada hanya mengejar popularitas dan pencitraan belaka.
2. Literasi media menjadi penting dalam

era cyber *culture* dalam rangka menghindari pusaran arus media yang meredam territorial kita dalam rangka domain analisis kita. Jangan sampai kita terjebak oleh dunia yang diciptakan media sehingga merusak kultural manusia yang sangat humanitis.

DAFTAR PUSTAKA

- A Reader (1995) ; *Approaches to Media*, Edited by Oliver Boyd-Barrett and Chris Newbold; Foundations in Media; Arnold; Londons
- Bennet, Tonny. (1982). “Media, Reality, Signification” dalam Michel Gurevitch .(ed), *Culture, Society and The Media*. Methuen.
- Baudrillard, Jean. (1983).*Simulation*. New York : Semiotex(e).
- Mouffe, Chantal.(ed) (1979). *Gramsci and Marxist Theory*, London : Routledge and Kegan Paul
- Mosco, Vincent (1996); *The Political Economy of Communication, Rethinking and Renewal*; SAGE Publications Ltd 6 Bonhill street; London EC2A 4 PU.
- Piliang, Yasraf Amir. (2004). *Posrealitas : Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*. Bandung: Jalasutra.
- Strinati, Dominic.(1995). *An Introduction to Theories of Populer Culture*. London and New York : Routledge
- Smith, Craig Allen (1990); *Political Communication*; Harcourt Brace Jovanovich, Publisher; San Diego-New York-Chicago-Austin-Washington DC-London-Sydney-Tokyo-Toronto.
- Sugiharto, I Bambang. (1996). *Postmodernisme Tantangan bagi Filsafat*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.

