

**PARTISIPASI *NETIZEN* DALAM MEWUJUDKAN MASYARAKAT MADANI
(Pemanfaatan Kolom “Komentar” di Situs Media Berita *Online* oleh *Netizen*)**

Yanti Hermawati

FISIP-Universitas Terbuka

herma@ut.ac.id

Abstrak

Keterlibatan semua pihak dalam mewujudkan masyarakat madani dianggap penting, termasuk peran media dan pengguna media. Media, dalam hal ini media berita online, menjadi alat kontrol sosial dalam berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara. Media berita online dapat memberitakan berbagai peristiwa penting bagi publik dalam waktu yang sangat cepat. Karena itu melalui media berita online, masyarakat pengguna internet atau biasa disebut *Netizen*, dengan mudah dapat memperoleh beragam berita secara *online*. Bukan hanya sekedar membaca, beberapa situs media berita *online* pun memberikan kesempatan kepada *Netizen* untuk berpartisipasi sebagai kontrol sosial. Berbagai pemberitaan yang disajikan oleh media berita *online* dapat dipantau dan dikritisi oleh para *Netizen*. Adanya kolom “Komentar” di media berita *online* membuka ruang publik bagi *Netizen* untuk dapat terlibat langsung dalam proses demokrasi. Intensitas komentar *Netizen* dalam kolom “Komentar” dapat menunjukkan adanya pemanfaatan ruang publik secara terbuka bagi seluruh *Netizen* di Indonesia. Dalam konteks komunikasi, komentar *Netizen* tersebut merupakan respon atas berita yang disampaikan oleh pewarta di media berita *online*, sekaligus pesan yang ditujukan bagi pewarta dan *Netizen* lainnya. Keterlibatan *Netizen* sebagai warga media ini diharapkan semakin melebarkan ruang publik untuk saling berbagi informasi. Pemanfaatan ruang publik ini diharapkan mampu memperkuat pondasi demokrasi sebagai upaya mewujudkan masyarakat madani di Indonesia.

Kata Kunci : masyarakat madani, media berita online, *netizen*

PENDAHULUAN

Menurut Hikam (1999) masyarakat madani yang biasa disebut juga dengan istilah *civil society* setidaknya memiliki empat pengertian yang pernah dipakai, salah satunya yakni masyarakat madani dipahami sebagai kekuatan politik dalam masyarakat yang dapat berfungsi sebagai penyeimbang kekuatan negara. Vaclav Havel (Hikam, 1999) menjelaskan bahwa masyarakat madani dapat menjadi kekuatan politik karena di dalamnya terdapat kewarganegaraan aktif dan kepedulian terhadap kehidupan publik. Juergen Habermas pun (Hikam, 1999) menguatkan pendapat ini dengan menyumbangkan pemikiran tentang peran ruang publik bebas (*the free public sphere*).

Adapun ruang publik, oleh ilmuwan sosial ditafsirkan sebagai struktur komunikasi yang dicirikan oleh urutan dari media, percakapan, opini publik, dan aksi sosial. Habermas (Hardiman, 1993), menjelaskan bahwa ruang publik atau terkenal dengan istilah *public sphere*, merupakan jaringan komunikasi informasi atau titik-titik pandangan. Ruang publik menjadi ruang demokratis atau wahana diskursus masyarakat. Dalam jaringan tersebut, perbedaan kecenderungan berkomunikasi disintesis ke dalam opini publik secara tematis. Ruang publik kemudian dibentuk kembali melalui aktivitas komunikatif, dan bahasa secara alamiah menghasilkan komprehensi umum dalam praktek komunikasi sehari-hari.

Media berita *online*, merupakan salah satu ruang publik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berperan serta dalam mewujudkan masyarakat madani. Kehadiran media berita *online* yang secara cepat menyajikan berbagai macam informasi merupakan bentuk edukasi kepada *Netizen* untuk menjadi warga negara yang mengetahui situasi dan kondisi di Indonesia dan mampu bersikap kritis. Firmanzah (2008) menjelaskan bahwa hadirnya informasi yang berbeda merupakan prasyarat dalam penciptaan masyarakat yang kritis. Masyarakat yang kritis ini diperlukan sebagai kontrol sosial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, terutama untuk menyikapi berbagai permasalahan publik.

Pihak yang dapat memanfaatkan media *online* sebagai *the free public sphere* tentunya adalah masyarakat pengguna media *online* tersebut, yaitu masyarakat pengguna internet atau biasa disebut *Netizen*. Media memang memiliki fungsi sebagai kontrol sosial sebagaimana yang tertuang dalam pasal 6 Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 menyebutkan bahwa media memiliki peran untuk melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum. Namun, peran media, dalam hal ini media *online*, juga perlu dipantau, baik oleh lembaga resmi yang mengawasi media maupun oleh *Netizen* sendiri sebagai publik yang memanfaatkan media *online*.

Media berita *online* sebagai salah satu sumber informasi bagi *Netizen*, dituntut untuk memberikan pemberitaan yang akurat, independen, dan kritis. Tiga unsur pemberitaan ini sesuai dengan prinsip keterbukaan informasi yang merupakan salah satu konsep masyarakat madani. Apalagi berbagai situs berita *online* yang ada umumnya menampilkan kolom “Komentar” yang dapat digunakan oleh *Netizen* untuk menyampaikan pandangannya tentang apa yang diberitakan.

Berita yang disajikan di situs berita *online* tidak berarti bebas kritik atau bahkan penyangkalan dari *Netizen*. Kritik, persetujuan, maupun penyangkalan dari *Netizen* merupakan bentuk kepedulian *Netizen* terhadap kualitas berita dan situasi sosial politik di

Indonesia. Peran media berita *online* untuk mendukung terwujudnya masyarakat madani di Indonesia tidak akan terwujud tanpa dibarengi dengan peran *Netizen*. Artinya, seluruh pihak, baik pemerintah, media, maupun masyarakat, dalam hal ini *Netizen* harus bersinergi dalam menwujudkan masyarakat madani di Indonesia. Salah satu bentuk partisipasi *Netizen* adalah dengan memanfaatkan berbagai fasilitas di media berita *online*, diantaranya kolom “Komentar”.

MEDIA BERITA *ONLINE* DI INDONESIA

Kehadiran media *online* melahirkan bentuk jurnalisme *online* atau dikenal juga dengan istilah *cyber journalism* atau *web journalism*. Stovall (2004) mendefinisikan jurnalistik *online* sebagai jurnalisme di website, yang dianggap sebagai media berita dalam arti bahwa website memungkinkan adanya *posting* berita dan informasi. Aktivitas jurnalistik *online* ini melahirkan beragam berita yang dapat diakses pada media berita *online* oleh *Netizen*.

Di Indonesia terdapat lebih dari 26 media berita *online* yang dapat dimanfaatkan oleh para *Netizen* dalam memperoleh informasi. 26 media berita *online* yang berhasil ditelusuri dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.
Media Berita *Online* di Indonesia

No.	Media Berita <i>Online</i>	No.	Media Berita <i>Online</i>
1	www.antaranews.co.id	14	www.kompas.com
2	www.bbc.co.uk/indonesian	15	www.kompasiana.com
3	www.beritabola.com	16	www.liputan6.com
4	www.beritasore.com	17	www.lintasberita.com
5	www.beritajakarta.com	18	www.merdeka.com
6	www.detik.com	19	www.metrotvnews.com
7	www.bola.net	20	www.okezone.com
8	www.goal.com	21	www.republika.co.id
9	www.inilah.com	22	www.surya.co.id
10	www.jaknews.com	23	www.swatt-online.com/
11	www.JPNN.com.	24	www.tempo.co.id
12	www.kapanlagi.com	25	www.tribunnews.com
13	www.kedaiberita.com	26	www.viva.co.id

Sumber: Hasil Penelitian 2013

Dari daftar tersebut terdapat 10 media berita online yang dianggap paling terkemuka dan populer di Indonesia (Alexa, 2013), yaitu:

1. Detikcom. Detikcom adalah media berita online yang paling *update* saat ini, pada awalnya Detikcom hanya mengandalkan media *online* saja tetapi setelah Detikcom di akuisisi oleh Trans Corpora 3 Agustus 2011 maka Detikcom berada dalam kelompok CT Corp.
2. Kompas.com, merupakan media berita *online* di bawah Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Pada awalnya keberadaan kompas.com digunakan untuk menunjang harian Kompas, tetapi saat ini kompas.com mampu menunjukkan sebagai media *online* yang terdepan dalam pemberitaan tidak kalah dengan detikcom, bahkan pada 24 November 2011 Kompas.com memenangi *silver award* sebagai *Best Newspaper Website* di Asia oleh WAN-IFRA, sebuah asosiasi surat kabar dunia. Selain kompas.com KKG juga mempunyai portal
3. Merdeka.com. Merupakan media berita *online* yang memuat tentang Indonesia dan dunia. merdeka.com merupakan bagian dari jaringan KapanLagi.com.
4. Viva.co.id. Media online ini termasuk baru yaitu didirikan 2008 tetapi saat ini termasuk media berita yang cukup populer. Berita-beritanya termasuk yang paling cepat *update*.
5. Tribunnews.com, merupakan media berita *online* jaringan koran daerah yang dimiliki oleh Kelompok Kompas Gramedia (KKG).
6. Okezone.com. Situs berita di bawah bendera Media Nusantara Citra (MNC). Okezone mulai bersaing dengan adanya media berita *online* baru Sindonews.com, dengan format yang hampir sama.
7. Tempo.co. Ini merupakan portal berita milik grup media Tempo. Selain tempo.co juga memiliki majalah Tempo dan koran Tempo. Tempo terkenal karena reportase yang dalam terhadap kasus tertentu.
8. Kompasiana.com. Kompasiana merupakan media warga terbesar (*citizen media*) terbesar di Indonesia. Setiap orang bisa menulis dan langsung menayangkan berita, opini ataupun karya fiksi di Kompasiana. Kompasiana adalah afiliasi Kompas.com, Kompas Gramedia Digital Group.
9. Goal.com. Merupakan media berita *online* baru yang menyediakan berita sepak bola dan hiburan melalui internet. Konten tersedia dalam lebih dari 15 bahasa, dan menarik penggemar dari lebih dari 215 negara.
10. Liputan6.com. Merupakan media berita online yang dikelola oleh PT. Surya Citra Media.

Dari 10 media berita online yang terkemuka dan populer tersebut hampir seluruhnya menyediakan fasilitas kolom “Komentar” pada setiap pemberitaan yang disajikan. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.
10 Media Berita Online Terpopuler di Indonesia

No.	Media Berita Online	Kolom “Komentar”
1.	detikcom	Tersedia
2.	kompas.com	Tersedia
3.	merdeka.com	Tersedia
4.	viva.co.ic	Tersedia
5.	tribunnews.com	Tersedia
6.	okezone.com	Tersedia
7.	tempo.co	Tersedia
8.	kompasiana.com	Tersedia
9.	goal.com	Tersedia
10.	liputan6.com	Tersedia

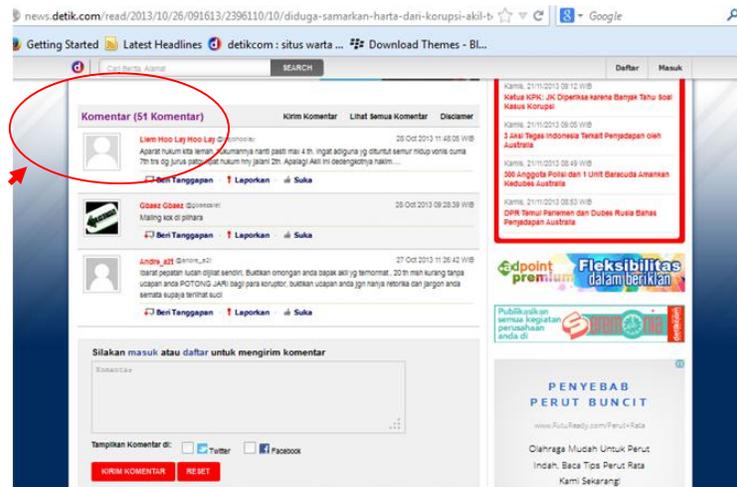
Sumber: Alexa; *The Web Information Company*

Kemunculan berbagai macam media berita *online* di Indonesia membuka akses informasi yang semakin terbuka bagi para Netizen untuk dapat memperoleh informasi dari berbagai versi pemberitaan. Firmanzah (2008) menjelaskan bahwa hadirnya informasi yang berbeda merupakan prasyarat dalam penciptaan masyarakat yang kritis. Apalagi dengan adanya kolom “Komentar” yang dapat dimanfaatkan oleh *Netizen* sebagai warga yang kritis. Sikap kritis ini diperlukan sebagai kontrol sosial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, terutama untuk menyikapi berbagai permasalahan publik.

PEMANFAATAN KOLOM “KOMENTAR” DI MEDIA BERITA ONLINE OLEH NETIZEN

Kolom “Komentar” yang dapat dimanfaatkan oleh Netizen umumnya terletak di bagian bawah berita yang disajikan. Misalnya di situs detikcom, posisi kolom “Komentar” seperti yang ditampilkan pada gambar berikut ini.

Gambar 1.
Kolom “Komentar” di situs Detikcom



Sumber: detikcom, 2013

Selain mengisi kolom “Komentar” dalam media *online*, *Netizen* pun dapat mengetahui jumlah *Netizen* lainnya yang telah mengirimkan komentar, sehingga sesama *Netizen* pun dapat berbagi informasi dan berkomunikasi secara *online* melalui kolom “Komentar” tersebut.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa *Netizen* memanfaatkan kolom “Komentar” di media berita *online*, yaitu untuk:

1. Menuliskan berbagai komentar yang terkait dengan berita yang disajikan oleh media berita *online*. Beberapa komentar *Netizen* menunjukkan kecenderungan berisi:
 - a. Persetujuan atas berita, artinya *Netizen* menerima informasi yang disampaikan dalam berita tersebut tanpa meragukan kebenaran berita tersebut. Contoh komentar yang menunjukkan persetujuan terhadap berita diantaranya;

“Untuk itu negeri ini dijuluki negri para koruptor....makanya negara tetangga kita singapura dan malaysia sdh tau mental pejabat2 negeri ini DOYAN KORUP...DOYAN PAMER DAN DOYAN CEWEK....”

(dikirimkan oleh Lumbanstone @asmarbun03 Oct 2013 19:53:24 WIB di situs detikcom terkait dengan pemberitaan “Ketua MK Jadi Tersangka Korupsi, Ironi dari Pejabat Jadi Penjahat” ditulis oleh Elvan Dany Sutrisno pada Kamis, 03/10/2013 19:41 WIB)

- b. Ketidaksetujuan atas berita, artinya *Netizen* meminta media untuk memverifikasi kembali kebenaran informasi yang disampaikannya. Contoh komentar yang menunjukkan ketidaksetujuan terhadap berita diantaranya;

“Sombong blm tentu benr tu pak, seret sj tu kpk yg sombng2 gtan.”

(dikirimkan oleh Roy Matuan @roy_8203 Oct 2013 07:24:16 WIB di situs detikcom terkait dengan pemberitaan “Akil Mochtar Sempat Bantah Keras Adanya Korupsi Kelembagaan di MK” ditulis oleh Andi Saputra pada Kamis, 03/10/2013 02:46 WIB)

- c. Pernyataan datar, yaitu pernyataan yang tanpa penekanan khusus. Contoh komentar yang menunjukkan pernyataan datar terhadap berita diantaranya;

“kok sptnya pada kaget2 ya..? pdhl kan sudah umum terjadi. ini kan hanya pembuktian saja. mestinya sdh gak perlu kaget lg.”

(dikirimkan oleh Awbabam 03 Oct 2013 19:57:40 WIB di situs detikcom terkait dengan pemberitaan “Ketua MK Jadi Tersangka Korupsi, Ironi dari Pejabat Jadi Penjahat” ditulis oleh Elvan Dany Sutrisno pada Kamis, 03/10/2013 19:41 WIB)

- d. Penilaian (*judgements*) terhadap sosok yang diberitakan. Isinya cenderung menilai secara emosional terhadap sosok yang diberitakan oleh media *online*. Contoh komentar yang menunjukkan penilaian terhadap sosok yang diberitakan diantaranya;

“Sudah aku kira akan begini pak akil ini. Biografi Masa mudanya yg berliku2 dan sedikit menghalalkan sesuatu jika kepepet, membuat dia mengulang kembali tatkala punya jabatan sangat penting. Sekarang yg perlu dipikirkan bagaimanakah hasil putusan MK yg terindikasi suap. Apakah tetap final dan mengikat? Baru kemarin diberitahu putusan DKPP dianulir MK soal Tangerang . Maka ada tanda tanya? Dan sah2 saja.”

(dikirimkan oleh Miftah Thanthowi @miftah.thanthowi03 Oct 2013 05:50:20 WIB di situs detikcom terkait dengan pemberitaan “Akil Mochtar Sempat Bantah Keras Adanya Korupsi Kelembagaan di MK” ditulis oleh Andi Saputra pada Kamis, 03/10/2013 02:46 WIB)

- e. Tanggapan atas komentar *Netizen* lainnya. Contoh komentar tersebut diantaranya;



(dikirimkan oleh Mangunkarto @mangunkarto03 Oct 2013 03:54:59 WIB dan ditanggapi oleh Servquality @servquality03 Oct 2013 05:16:08 WIB di situs detikcom terkait dengan pemberitaan “Akil Mochtar Sempat Bantah Keras Adanya Korupsi Kelembagaan di MK” ditulis oleh Andi Saputra pada Kamis, 03/10/2013 02:46 WIB)

Data ini menunjukkan bahwa selain sekedar memberikan pernyataan pribadi di kolom “Komentar”, *Netizen* pun dapat berkomunikasi secara dua arah antara sesama *Netizen*.

2. Memasukan simbol nonverbal, seperti seperti gambar, animasi, maupun foto. Selain dalam bentuk pernyataan, *Netizen* pun mengisi kolom “Komentar” dengan berbagai

simbol nonverbal, baik yang berhubungan langsung dengan pesan verbal yang ditulis dalam kolom “Komentar” maupun tidak. Berikut ini adalah contoh animasi, gambar dan foto yang ditampilkan dalam kolom “Komentar”.

Gambar 2.
Animasi di Kolom “Komentar” di Media Berita *Online*



Gambar 3.
Gambar di Kolom “Komentar” di Media Berita *Online*



Gambar 4.
Foto di Kolom “Komentar” di Media Berita *Online*



Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa *Netizen* cenderung aktif dalam memanfaatkan kolom “Komentar” di media berita *online*. *Netizen* cukup antusias memberikan komentar pada pemberitaan yang disajikan oleh media berita *online*. Hal ini menunjukkan bahwa *Netizen* tertarik untuk ikut menyuarakan pendapatnya terhadap berbagai permasalahan publik yang sedang hangat diperbincangkan.

Jika ditinjau dari isi keabsahan identitas pribadi *Netizen*, ini menjadi sulit untuk diverifikasi karena bisa saja identitas yang ditampilkan dalam kolom “Komentar”, bukan identitas diri sesuai Kartu Tanda penduduk (KTP). Artinya, tidak semua *Netizen* bersedia menampilkan identitas diri yang sebenarnya. Keterbukaan identitas diri yang sebenarnya di dunia maya memang suatu pilihan bagi *Netizen*.

Meskipun demikian, hal terpenting adalah isi pesannya. Beragam pesan yang disampaikan *Netizen* melalui kolom “Komentar” menunjukkan keterlibatan *Netizen* dalam proses mewujudkan keadilan, kesetaraan, dan kebebasan berpendapat di ruang publik. Hal

ini merupakan bentuk partisipasi *Netizen* dalam mewujudkan masyarakat madani di Indonesia.

SIMPULAN

Netizen telah memanfaatkan kolom “Komentar” di media berita *online* untuk menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan, atau bahkan penilaian terhadap sosok yang diberitakan. Selain itu, *Netizen* pun dapat saling mengomentari komentar *Netizen* lainnya. Komentar tersebut pun ada yang dibarengi dengan kemunculan animasi, foto, atau gambar yang dapat mempertegas maksud dari pernyataan yang tertulis. Pesan yang disampaikan para *Netizen* ini peran aktif *Netizen* di ruang publik. Ini sebagai bentuk kepedulian dan sikap kritis dari *Netizen*. Partisipasi *Netizen* dalam setiap pemberitaan di media *online*, menunjukkan perannya sebagai warga negara yang berkeinginan mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara yang lebih baik, menuju masyarakat Madani.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Firmanzah, 2008. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Hardiman, Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Yogyakarta: Kanisius
- Hikam, Muhammad A.S. 1999. *Civil Society dan Masyarakat Indonesia*. dalam Strategi Mewujudkan Civil Society. Rustam Ibrahim, ed., Jakarta: YAPPIKA & LP3ES
- Stovall, James Glen. 2004. *Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium*. New Pearson Education.

Sumber Online:

- Alexa: The Web Information Company. <http://www.alexacom/topsites/countries/3/ID> akses 16 November 2012
- Dewan Pers. *Undang-Undang* <http://www.dewanpers.or.id/page/data/uu/?id=452> akses 14 November 2012
- Detikcom. www.detik.com