บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย*

The Role of President Joko Widodo on the Use of Twitter as a Tool for Political Communication in Indonesia

[1]บุษฎี แววศักดิ์ และ มนตรี กรรพุมมาลย์

[1]Budsadee Waeosak and Montri Kunphoommarl

[1]คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

[1]Faculty of Social Sciences, Naresuan University,Thailand.

[1]Corresponding Author's Email: budsadeewaewsak@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย และ 2) วิเคราะห์ผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาเอกสารและวิเคราะห์ตัวบทจากทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด จำนวน 141 ทวีต ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยาและการสื่อสารทางการเมือง ในการศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย มีทั้งหมด 4 บทบาท ได้แก่ 1.1) บทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชน 1.2) บทบาทการเป็นผู้นำ 1.3) บทบาทผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 1.4) บทบาทชีวิตส่วนตัว 2) ผลการวิเคราะห์การใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย มี 2 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านการสร้างภาพลักษณ์ พบว่าประธานาธิบดี โจโค วิโดโด ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางการเมือง 2.2) ด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ พบว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง สำหรับ เป็นช่องทางในการแจ้งข่าวสาร กิจกรรม และผลงานต่างๆของทางรัฐบาล โดยเป็นไปในลักษณะของการ โน้มน้าวใจ เพื่อทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อประธานาธิบดีโจโค วิโดโด

คำสำคัญ: ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด; ทวิตเตอร์; เครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง; อินโดนีเซีย

---

*Received August 10, 2020; Revised July 18, 2021; Accepted August 25, 2021

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to study the role of President Joko Widodo on the use of twitter as a tool for political communication in Indonesia and 2) to analyze the result of using twitter by President Joko Widodo as a tool for political communication in Indonesia. The article was qualitative research by studying documents and Textual analysis from the twitter of President Joko Widodo at an amount of 141 tweets. The data was descriptive analysis using the conceptual framework of semiological analysis and political communication in studying the role of President Joko Widodo on the use of twitter as a tool for political communication in Indonesia.

The results of the research found as follows: 1) there are four roles of President Joko Widodo on the use of twitter as a tool for political communication in Indonesia: 1.1) the role of participation with the public, 1.2) the role of leadership, 1.3) the role of being an infrastructure developer, and 1.4) the role personal life; 2) there are two aspects on the analysis results on the use of twitter by President Joko Widodo as a tool for political communication in Indonesia: 2.1) on the image building, it was found that President Joko Widodo uses twitter as a tool in building a good political image, 2.2) on persuasive communication, it was found that President Joko Widodo uses twitter as a tool for political communication, as a channel to inform news, activities, and works of the government, by way of persuasion in order to make people have a positive attitude towards President Joko Widodo.

Keywords: President Joko Widodo; Twitter; A tool for political communication; Indonesia

บทนำ

หากกล่าวถึงบทบาทของสื่อทางการเมืองอินโดนีเซีย ยุคสมัยของซูฮาร์โตสื่อมีบทบาทสำคัญอย่างมาก ประธานาธิบดีซูฮาร์โต (Suharto) ซึ่งมีรัฐบาลใหม่ที่มีชื่อเรียกว่า “รัฐระเบียบใหม่” (New Order ค.ศ.1966-1998) ซูฮาร์โตดำรงตำแหน่งประธานาธิบดียาวนานถึง 32 ปี การเข้าถึงอำนาจของซูฮาร์โตนั้น เป็นการเข้าสู่อำนาจโดยระบบเผด็จการจากอำนาจทางทหาร โดยอ้างความชอบธรรมการใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ทางการเมือง เพื่อกวาดล้างพรรคคอมมิวนิสต์ มีการห้ามกิจกรรมทั้งหมดที่มีการเผยแพร่และส่งเสริมแนวคิดคอมมิวนิสต์ เป็นยุคสมัยที่ใช้อำนาจทางการทหารมากที่สุด (Bourchier, and Hadiz, 2003) ดังเหตุการณ์รัฐประหารการสังหารหมู่เพื่อกวาดล้างคอมมิวนิสต์ในช่วงปี ค.ศ. 1965-1966 ที่มีผู้ถูกสังหารประมาณ 500,000 คน ขณะนั้นผู้นำส่วนใหญ่ของพรรคคอมมิวนิสต์ถูกฆ่าตายและถูกจับกุม บางรายหนีออกจากประเทศอินโดนีเซีย (Eklöf, 2003)

ในยุคสมัยของซูฮาร์โต กล่าวได้ว่าการใช้อำนาจสื่อของซูฮาร์โตเป็นไปในรูปแบบที่ทำให้สื่อไม่มีความเป็นการเมือง เป็นการทำให้กลายเป็นสื่อทางธุรกิจหรือสื่อพาณิชย์ (Commercial media) คือพยายามสร้างวัฒนธรรมให้สื่อสนใจ ประกอบธุรกิจ และแสวงหากำไร โดยห้ามพูดถึงเรื่องการเมือง ห้ามวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล คนที่ฝ่าฝืนจะถูกลงโทษ และได้มีการออกกฎหมายเฉพาะเจาะจงให้กับสื่อ โดยสื่อต้องไปขอใบอนุญาตเพื่อประกอบการด้านสื่อ (Siriyuwasak, 2013) และรัฐบาลซูฮาร์โตใช้สื่อเป็นเครื่องมือทางการเมือง เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อในเรื่องที่รัฐบาลกำหนด ดังตัวอย่างเช่น รัฐบาลอินโดนีเซียใช้สื่อภาพยนตร์ในการโฆษณาชวนเชื่อเรื่อง “การทรยศของขบวนการ 30 กันยายน 1965 พรรคคอมมิวนิสต์อินโดนีเซีย” (Pengkhianatan G30S-PKI) ซึ่งต้องการให้มองว่าพรรคคอมมิวนิสต์อินโดนีเซีย (PKI) เป็นผู้ร้าย จนเป็นเหตุให้ซูฮาร์โตต้องทำการรัฐประหารเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของประเทศ นอกจากมีการฉายภาพยนตร์ ตามโรงภาพยนตร์แล้วภาพยนตร์เรื่องนี้ยังออกอากาศทางโทรทัศน์ ในช่วงเวลายอดนิยมด้วย (Van Klinken, 2001; Kongkirati, 2015) การออกกฎหมายบังคับสื่อไม่ให้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาททางการเมืองในยุคสมัยของซูฮาร์โต ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของสื่อมวลชน ดังตัวอย่างเช่น สื่อหนังสือพิมพ์กลุ่มหนึ่งได้ตั้งกลุ่มองค์กรขึ้นมาใหม่ เป็นเครือข่ายนักหนังสือพิมพ์อิสระ (Alliance of Independent Journalists) รวมทั้งได้เชิญชวนสื่อกลุ่มอื่นมาร่วมด้วย ต่อมาจึงกลายเป็นสมาชิกกลุ่มใหญ่ขึ้นมาในภายหลัง เช่นเดียวกันกับสื่อวิทยุกับการเมืองก็มีส่วนสำคัญในการล้มล้างอำนาจของยุคซูฮาร์โต ดังตัวอย่างเช่น การเกิดองค์กรสื่อใหม่ของสื่อวิทยุหรือสถานีที่มีชื่อว่า “68H Radio” (Siriyuwasak, 2013) ไม่เพียงกลุ่มสื่อมวลชนแต่รวมถึงการสั่งห้ามประชาชนทั่วไป ห้ามเผยแพร่ความคิดลัทธิสังคมนิยมมาร์กซิสม์-เลนินนิสม์โดยเด็ดขาด หากพบการรวมกลุ่มเผยแพร่ความคิดดังกล่าว มีการลงโทษโดยการถูกจับกุม คุมขัง ทรมาน และประหารซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นแรงผลักดันให้เกิดการแอบทำกันอย่างลับๆ หรือทำเป็นขบวนการใต้ดิน (Kongkirati, 2015) รวมถึงการเกิดเหตุการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจตั้งแต่ในช่วงกลางปี ค. ศ. 1997 ทำให้เกิดการล่มสลายขององค์กรและสถาบันการเงินในประเทศและต่างประเทศ ในเดือนพฤษภาคมปี ค.ศ.1998 ประธานาธิบดีซูฮาร์โตถูกบังคับให้ออกจากตำแหน่งในท้ายที่สุด (Robison, and Hadiz, 2004) จากสภาวะความกดดันในหลากหลายปัจจัยข้างต้น ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของสื่อกลุ่มต่างๆ รวมถึงการรวมตัวของประชาชน จึงทำให้เกิดเหตุการณ์ปฏิวัติประชาชนของอินโดนีเซีย

ภายหลังสิ้นสุดยุคเผด็จการทหารของซูฮาร์โต ทำให้ฮาร์บิบีซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นรองประธานาธิบดีได้ก้าวเข้าสู่ตำแหน่งประธานาธิบดีแทนซูฮาร์โตในขณะนั้น เนื่องด้วยข้อเรียกร้องของประชาชนที่ต้องการให้มีการปฏิรูปการเมืองให้เป็นประชาธิปไตย และจากเหตุการณ์ปฏิวัติประชาชนของอินโดนีเซีย ทำให้เป็นที่จับตามองของสังคมโลก ทำให้ภายหลังจากการหมดยุคสมัยของซูฮาร์โต กล่าวได้ว่าอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ถูกจัดอันดับว่ามีเสรีภาพของสื่อมากที่สุดในภูมิภาค แม้ว่าหลังจากสิ้นสุดยุคซูฮาร์โต อินโดนีเซียยังคงไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองในช่วงระยะเวลาหนึ่ง รวมถึงเสถียรภาพเสรีภาพของสื่ออินโดนีเซียด้วยเช่นกัน แต่ในวันที่ 20 กันยายน ค.ศ.2004 ยูโดโยโนได้รับชัยชนะจากการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นประธานาธิบดีคนแรกของอินโดนีเซียที่มีการเลือกตั้งโดยตรง ภายใต้การนำของรัฐบาลประธานาธิบดียูโดโยโน ทำให้อินโดนีเซียมีเสถียรภาพทางการเมืองมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้สถานภาพของสื่อดีขึ้นเรื่อยๆ เช่นกันในตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ยูโดโยโนอยู่ในตำแหน่งประธานาธิบดีอินโดนีเซีย (Freedman, 2006) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการศึกษาในบริบท

ประวัติศาสตร์ทางการเมืองอินโดนีเซียกับบทบาทของสื่อในอดีต เพื่อทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในสังคมการเมืองอินโดนีเซียในบริบทต่างๆ โดยหากสื่อมวลชนอินโดนีเซียมีบทบาทสำคัญทางการเมืองในอดีต สื่ออินเทอร์เน็ตก็เข้ามามีบทบาทสำคัญทางการเมืองอินโดนีเซียในยุคปัจจุบันเช่นเดียวกัน

โลกปัจจุบันที่เราอยู่เป็นโลกของการกระชับแน่นระหว่างเวลากับสถานที่ หรือการผนวกรวมสถานที่เข้ากับเวลา ความแตกต่างระหว่างเวลากับสถานที่ที่เคยเป็นปัญหาใหญ่ของโลกยุคก่อนหน้า ถูกลดทอนลงจนแทบไม่มีความรู้สึกของความแตกต่าง อันเป็นผลมาจากพัฒนาการของเทคโนโลยีการคมนาคมสื่อสารและข้อมูลข่าวสารสมัยใหม่ (ICT: Information and Communication Technology) ปัจจุบันไม่ว่าเราอยู่ที่ใดในโลก เราสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ในเวลาอันรวดเร็วและในราคาที่ประหยัดมากผ่านโทรศัพท์ไร้สาย ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในรูปของอีเมล์ (e-mail) และอินเทอร์เน็ต (internet) ทั้งอีเมล์ อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ (website) จึงกลายเป็นพื้นที่สาธารณะในระดับโลก (a global public space) ชนิดใหม่ ที่คนต่างเชื้อชาติ ต่างวัฒนธรรม และต่างพื้นที่ สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยไม่มีปัญหาเรื่องระยะห่างเป็นอุปสรรคอีกต่อไป (Charoensinolarn, 2010) ทั้งนี้จากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกในปี ค.ศ.2018 ประชากรโลกกว่า 7,593 ล้านคน สามารถเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ต 4,021 ล้านคน และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวน 3,196 ล้านคน ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียพบมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 132.7 ล้านคน และใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวน 130 ล้านคน จากจำนวนประชากรจำนวน 265.4 ล้านคน ประเทศอินโดนีเซียจัดอยู่ในอันดับที่ 4 ของโลก ที่มีค่าเฉลี่ยประชากรใช้อินเทอร์เน็ต 8 ชั่วโมง 51 นาที ต่อวัน และประเทศอินโดนีเซียจัดอยู่ในอันดับที่ 3 ของโลก ที่มีค่าเฉลี่ยประชากรใช้สื่อสังคมออนไลน์ 3 ชั่วโมง 23 นาที ต่อวัน กระทั่งประเทศอินโดนีเซียจัดอยู่ในอันดับที่ 3 ของโลก ที่มีการเติบโตพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชากรในประเทศ 23% (We are Social, 2018) จากการรวบรวมข้อมูลสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกในปี ค.ศ.2018 กล่าวได้ว่าเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษา ในงานวิจัยเรื่องบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

ทวิตเตอร์ (Twitter) จัดอยู่ในกลุ่มประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ คือ ไมโครบล็อก (Microblog) ทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์ในแต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คน เพราะใช้งานง่าย และใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมของหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่ได้ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ รวมถึงความเคลื่อนไหวทางธุรกิจและความเคลื่อนไหวทางการเมือง ดังตัวอย่างเช่น ในปี 2015 ทวิตเตอร์สามารถเข้าถึง 500 ล้านทวีตทั่วโลกในแต่ละวัน โดยมีผู้ใช้มากกว่า 300 ล้านคนทั่วโลก มีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ประมาณ 80% ใช้งานผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Lansley, and Longley, 2016) โดยในประเทศอินโดนีเซีย ทวิตเตอร์ได้ถูกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารเป็นอันดับต้น ๆ โดยเฉพาะในบริบททางการเมือง เหตุผลหลักในการใช้ทวิตเตอร์เพราะสามารถช่วยในการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองได้อย่างรวดเร็ว สามารถอัพเดตเหตุการณ์ได้แบบเรียลไทม์ ดังตัวอย่างเช่น ปรากฏการณ์การใช้ทวิตเตอร์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีของอินโดนีเซียในปี ค.ศ. 2014 เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งในครั้งนี้ โดยคณะกรรมการเลือกตั้งได้ประกาศผลคะแนนการเลือกตั้งให้ประชาชนรับทราบ โดยปราโบโว ซูเบียนโต

ได้รับคะแนนเสียง 62,576,444 คิดเป็น 46.85% ในขณะที่ โจโค วิโดโด ได้รับคะแนนเสียง 70,997,833 คิดเป็น 53.15% โจโค วิโดโด หรือ โจโควี ชนะการเลือกตั้งประธานาธิบดี สามารถเอาชนะคู่แข่งคือ อดีตนายพล ปราโบโว ซูเบียนโต ซึ่งเป็นอดีตนายทหารคนสนิทซูฮาร์โต ดังนั้น โจโค วิโดโด จึงได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีคนที่ 7 ของอินโดนีเซีย (Sholeh, 2014*)* ภายหลังเมื่อทราบผลการเลือกตั้ง ปราโบโวก็ประกาศไม่ยอมรับผลการเลือกตั้งและถอนตัวจากกระบวนการเลือกตั้ง โดยอ้างว่ามีการโกง การเลือกตั้งเกิดขึ้นเหมือนเช่นในอดีตของประเทศอินโดนีเซีย แต่การเลือกตั้งในครั้งนี้หากมีการโกงเกิดขึ้น จะสามารถตรวจสอบพบได้โดยง่าย เพราะมีการตรวจสอบในภายหลังจากคณะกรรมการการจัดการเลือกตั้ง หรือ กกต. ซึ่งจะไม่มีการโกงเกิดขึ้นเพราะต้องการให้อินโดนีเซียมีความเป็นประชาธิปไตยให้มากที่สุด โดยคณะกรรมการการเลือกตั้งได้ดำเนินกระบวนการที่ยาวนานที่สุด ในการจัดกลุ่มคะแนนเสียงประมาณ 140 ล้านเสียง เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2014 ประชาชนอินโดนีเซียได้มีการส่งและแจ้งข้อกล่าวหาเกี่ยวกับการฉ้อโกง ทางออนไลน์ โดยได้รับข้อกล่าวหา 403 เรื่องเกี่ยวกับการทุจริตการเลือกตั้ง ทำให้คณะกรรมการการจัดการเลือกตั้ง นำภาพสแกนผลการรวมคะแนนขึ้นสู่เว็บไซต์ กกต. ระดับหน่วยเลือกตั้งทั้งประเทศรวม 480,000 หน่วย เพื่อให้ประชาชนร่วมกันตรวจสอบการเลือกตั้งในครั้งนี้ (Rappler, 2014) ประชาชนอินโดนีเซียได้มีโอกาสร่วมมือช่วยกันนำภาพสแกนผลการรวมคะแนนที่ได้ข้อมูลจากเว็บไซต์ กกต. มาทำเป็นระบบฐานข้อมูล และได้ชวนเพื่อนรวมถึงคนรู้จักผ่านทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ให้เข้ามาช่วยตรวจสอบผลการนับคะแนนการเลือกตั้งในครั้งนี้

บทบาทสำคัญอีกอย่างหนึ่งของสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งในปี ค.ศ.2014 คือ ใช้เป็นช่องทางการหาเสียงการเลือกตั้ง ถึงแม้ว่าประชาชนในอินโดนีเซียผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่ จะมีสื่อโทรทัศน์เป็นแหล่งข่าวสารหลัก มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ช่วงหาเสียงในช่วงแรก โจโค วิโดโด มีพันธมิตรกลุ่มสื่อโทรทัศน์จาก Metro TV ที่ช่วยสนับสนุนในการหาเสียงครั้งนี้ ซึ่งมีคนดูน้อยกว่าสื่อ TV One และ MNC ที่เป็นพันธมิตรกลุ่มสื่อโทรทัศน์และให้การสนับสนุนในการหาเสียงของ ปราโบโว ทำให้ฝั่งของโจโค วิโดโด เสียเปรียบฝั่งปราโบโวในช่วงเวลาแรกของการหาเสียง ทว่าในช่วงหาเสียงก่อนการเลือกตั้งจริง ไม่นาน โจโค วิโดโด ได้รับแรงสนับสนุนจากศิลปินยอดนิยมที่มีผู้ติดตามหลายล้านคนทางทวิตเตอร์ ทำให้ส่งผลต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่หันมาสนับสนุนเลือกโจโค วิโดโด เป็นประธานาธิบดี ทำให้ในท้ายที่สุดแล้ว โจโค วิโดโด ได้รับชนะการเลือกตั้งในปี 2014 (Fukuoka and Thalang, 2014) ด้วยเหตุนี้ กล่าวได้ว่าทวิตเตอร์ถือเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองที่สำคัญของพรรคการเมืองและผู้นำทางการเมืองในการหาเสียงเลือกตั้งในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการชนะการเลือกตั้งในโค้งสุดท้ายของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด โดยการใช้ทวิตเตอร์ในการหาเสียงการเลือกตั้ง รวมถึงได้สร้างฐานอำนาจทางการเมืองให้กับกลุ่มผู้นำทางการเมืองด้วยบทบาทความสำคัญข้างต้น จึงเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาหัวข้อเรื่อง “บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย”

ในการศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย นอกจากจะทำความเข้าใจในบริบทของประวัติศาสตร์การเมืองอินโดนีเซียและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในบทบาททางการเมืองในยุคปัจจุบันแล้ว ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ยังต้องมี

การวิเคราะห์ตัวบทจากทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด จำนวน 141 ทวีต โดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎี เรื่องสัญญะวิทยา การวิเคราะห์ตัวบท และการสื่อสารทางการเมือง โดยการวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiological Analysis) กล่าวได้ว่าการศึกษาเรื่องราวที่เกี่ยวกับ “สัญญะ” นั้นเคยมีมาก่อนหน้านี้บ้างแล้วในสาขาวิชาการอื่นๆ ทฤษฎีสัญญะวิทยาจะมีเอกลักษณ์อยู่ตรงที่จะสนใจเรื่องการสร้างสรรค์และการแปรเปลี่ยนความหมายที่ดำรงอยู่ในสัญญะต่างๆ ดังเช่นในกรณีของสื่อมวลชน เราสามารถจะประยุกต์เอาแนวคิดด้านสัญญะวิทยา มาตั้งคำถามทำการศึกษาได้ว่า ในวิทยุ ในโทรทัศน์ มีสัญญะอะไรประกอบอยู่บ้าง (เช่น ภาพ/เสียง/ฉาก/มุมกล้อง/ฯลฯ) และสัญญะเหล่านั้นทำงานสร้างความหมายได้อย่างไร (Kaewthep, 1999) นักวิชาการคนสำคัญในแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา เฟอร์ดินาน เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส เป็นผู้ปฏิวัติความคิดทางภาษาศาสตร์ ซึ่งส่งผลสะเทือนให้เกิดการปฏิวัติในด้านต่างๆ อย่างกว้างขวางดังได้กล่าวมาแล้ว จึงถือเป็นนักคิดที่ทรงอิทธิพลที่สำคัญที่สุดคนหนึ่งของโลกปัจจุบัน โซซูร์เป็นผู้ปฏิวัติวงการภาษาศาสตร์ โดยประเด็นสำคัญที่เขาเสนอก็คือ ให้ภาษาศาสตร์เลิกสนใจสิ่งที่ไม่ใช่ภาษาศาสตร์ นั่นก็คือโลกภายนอก หัวใจสำคัญในความคิดของโซซูร์คือ ภาษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวพันกันเพียงสองสิ่ง คือ ความคิดและเสียง ทั้งสองส่วนนี้ประกอบเป็นสัญญะ นอกจากนี้โซซูร์ยังบอกว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกับความคิดก็เป็นไปในลักษณะยถากรรมหรือตามอำเภอใจ (arbitrariness) (Bunmee, 2015)

ความหมายของคำว่าสัญญะ หรือ sign คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้มีความหมาย (meaning) แทนสิ่งต่างๆในตัวบท (text) และบริบทนั้นๆ (context) ซึ่งเฟอร์ดินาน เดอ โซซูร์ นั้นได้เสนอความคิดไว้อย่างน่าสนใจว่า เมื่อเราพูดถึงศาสตร์ของสัญญะ (the science of signs) แล้ว เราควรเริ่มจากมองว่าภาษานั้นอันที่จริงเป็นระบบของสัญญะ (a system of signs) เพื่อใช้ถ่ายทอดความคิดต่างๆระหว่างมนุษย์ โดยที่สัญญะทางภาษาศาสตร์นั้นมีสององค์ประกอบที่สำคัญ คือ ส่วนที่หนึ่ง ได้แก่ signifier อันหมายถึงคำต่างๆ (actual words) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่แสดงถึงความคิดในภาษานั้นๆ อาทิ คำว่าอาหาร สตรี ดนตรี กองทัพ เป็นต้น และส่วนที่สองได้แก่ signified ได้แก่ แนวคิด (concept) ที่คำต่างๆนั้นเป็นตัวแทนแสดงความหมาย อาทิ เมื่อเรากล่าวถึงสตรี เราสามารถเข้าใจถึงแนวคิดที่คำว่าสตรีบ่งชี้ถึงความหมาย ซึ่งทำให้เราทำความเข้าใจได้ว่า สตรี หมายถึง ผู้หญิง ดังนั้น กระบวนการที่ทำให้มนุษย์สามารถสร้างความเข้าใจระหว่างคำและแนวคิดที่คำนั้นบ่งชี้ความหมายในภาษานั้นๆ โซซูร์ เรียกว่า กระบวนการการทำให้สัญญะ (signification) ซึ่งแปลว่า เมื่อมนุษย์สามารถเชื่อมโยงระหว่างสององค์ประกอบดังกล่าวคือ signifier และ signified ก็จะทำให้เกิดเป็น “สัญญะ” หรือ “sign” ในที่สุด (Phadungchivid, 2008)

กล่าวได้ว่าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความเชื่อมโยงถึงการวิเคราะห์ตัวบททวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด โดยใช้กรอบแนวคิดของสัญญะวิทยาที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) นักวิชาการคนสำคัญ บาร์ตส์ (Barthes) กล่าวว่าการวิเคราะห์ตัวบทเน้นกระบวนการสร้างโครงสร้างของตัวบทที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (a mobile structuration of the text) พร้อมยกให้คนอ่านดำรงอยู่ในสัญลักษณ์และในความหลากหลายของตัวบท หรือก็คือในกระบวนการสร้างความหมายที่ไม่รู้จบ (signifiance) นั่นเอง นัยนี้ การวิเคราะห์ตัวบทให้อำนาจและอภิสิทธิ์กับคนอ่านให้เป็นคนแบ่ง/ผ่าตัวบทที่อ่านออกเป็นหน่วยย่อยๆ ขณะเดียวกันก็ทำให้คนอ่านระมัดระวังพิถีพิถันและตระหนักรู้ถึง

ความรู้สึกนึกคิดของตัวเองที่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ด้วย ฉะนั้น การวิเคราะห์ตัวบทในแบบของบาร์ตส์จึงเป็นการอนุญาตให้คนอ่านสามารถผลิตตัวบทขึ้นมาใหม่จากการอ่านของตน และทำให้การอ่าน/การเขียนกลายเป็นสิ่งเดียวกัน เป็นการมองความหมายที่ส่วนเสี้ยวสร้างขึ้น แต่มิใช่ความหมายตามตัวอักษร หรือความหมายในภาษา แต่เป็นความหมายแฝงหรือความหมายชุดที่สองมากกว่า (Charoensinolarn, 2012)

สอดคล้องกับความคิดนักวิชาการ ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) ที่อธิบายเรื่องการบริโภคสัญญะว่าเปรียบเหมือนคนป่าอยากได้นาฬิกาหรือปากกา เขาไม่ได้ต้องการใช้สอยนาฬิกาหรือปากกา แต่เขาอยากได้มาเป็นสมบัติ ถือเป็นสัญญะของอำนาจ หรือการที่หนุ่มสาวชาวรัฐเซียพยายามเสาะแสวงหากางเกงยีนส์ ก็ไม่ได้เน้นการสวมกางเกง แต่ถือเป็นการแสดงต่อผู้อื่นว่าเขามีความสามารถครอบครองสัญญะอย่างหนึ่งของโลกตะวันตก โดยสังคมสมัยใหม่เป็นสังคมแห่งการบริโภคสัญญะ ตรรกะของจิตสำนึกของมนุษย์บังคับให้เราต้องขยายขอบเขตความหมายของวัตถุและสัญญะออกไปไม่มีที่สิ้นสุด (Chanthawanit, 2009)

กรอบแนวคิดทฤษฎีอีกเรื่องหนึ่ง ที่ใช้ในการศึกษางานครั้งนี้คือ แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เกณฑ์ที่ใช้ตัดสินว่าการสื่อสารใดจะเป็นการสื่อสารทางการเมืองหรือไม่นั้นน่าจะเป็นผลของการสื่อสารที่ทำให้เกิดการทำหน้าที่ของระบบการเมือง หรืออีกนัยหนึ่งผลทางการเมืองของการสื่อสารที่อาจเกิดจากแหล่งสาร ช่องสาร และผู้รับสารก็ได้ โดยการสื่อสารกับการเมืองมีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด การสื่อสารเป็นพื้นฐานของศาสตร์สาขาต่างๆ ส่วนการเมืองเป็นเรื่องของการพูด การจูงใจ หรืออีกนัยหนึ่งปฏิกิริยาสัมพันธ์ของมนุษย์ การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่การพูด การจูงใจ และการกระทำในทางการเมือง (Cheipratub, 2008) นักวิชาการ เดนตัน (Denton) และ วู้ดเวิร์ด (Woodward) ยังชี้ให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองว่า ผู้ส่งสารมีเจตนาที่จะมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางการเมือง นักวิชาการทั้งสองกล่าวว่า “ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีลักษณะการเมืองไม่ได้อยู่ที่แหล่งของสาร แต่อยู่ที่เนื้อหา (Content) และวัตถุประสงค์ของมัน” ตามนิยามของ เดนตัน และ วู้ดเวิร์ด ที่เน้นไปที่ความตั้งใจหรือเจตนารมณ์ของการสื่อสารทางการเมือง ดังนั้นจึงอาจให้นิยามการสื่อสารทางการเมืองแบบง่ายๆได้ว่า คือการสื่อสารที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมืองซึ่งหมายรวมถึง 1) การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง (Political actors) อื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด 2) การสื่อสารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านั้นโดยบุคคลที่ไม่ใช่นักการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือนักข่าวของสื่อมวลชน 3) การสื่อสารเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองและกิจกรรมของบุคคลเหล่านั้น ดังที่ปรากฏในรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทความ หรือในรูปแบบอื่นๆของการอภิปรายพูดคุยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองโดยสื่อต่างๆ กล่าวโดยสรุป วาทกรรมทางการเมืองทุกชนิดถูกรวมอยู่ในนิยามของเรา การสื่อสารทางการเมืองมิได้หมายถึงสิ่งที่อยู่ในรูปของภาษาพูดหรือภาษาเขียนเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงสิ่งที่มองเห็นหรือได้ยินที่มีความสำคัญ เช่น การแต่งการ ทรงผม การออกแบบโลโก้ ซึ่งมีส่วนช่วยประกอบกันให้เกิดเป็นภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ทางการเมือง (Cheipratub, 1997)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ทั้งในบริบทของประวัติศาสตร์การเมืองอินโดนีเซีย ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในบทบาททางการเมืองในยุคปัจจุบัน กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แนวคิดเรื่องสัญญะวิทยา การวิเคราะห์ตัวบท และการสื่อสารทางการเมือง การทำความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว เพื่อจะได้

ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย” ได้อย่างเข้าใจในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

2. เพื่อวิเคราะห์ผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) รายงานการวิจัย บทความ ข่าว และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเรื่องสัญญะวิทยา (Semiological Analysis) และการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาจากทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด โดยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 ทวีตหรือโพสต์ของทวิตเตอร์ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด จำนวน 141 ทวีต (Tweets)

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

1) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยงานวิจัยนี้มีจำนวนประชากรหลักพัน ผู้วิจัยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง 10% เนื่องจากมีจำนวนประชากรหรือจำนวนทวีต (Tweets) จำนวนหลักพัน โดยงานของผู้วิจัยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (จำนวนทวีต) คือ 1,410 ทวีต (Tweets) ตามช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 141 ทวีต (Tweets)

2) การสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งเป็นหลักการที่สมาชิกของประชากรแต่ละหน่วยมีความน่าจะเป็นในการถูกเลือกเท่าๆกัน และทราบความน่าจะเป็นนั้น โดยผู้วิจัยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) ในกรณีของงานผู้วิจัยใช้เรียงลำดับตามวันและเวลาบนทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ทำได้โดยตัวอย่างดังนี้

ก. ประชากรหารด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (K = N/n)

หรือจำนวนทวิต (Tweets) หารด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Tweets) (K = N/n)

ข. สุ่มหมายเลข 1 ถึง K (กำหนดสุ่มได้หมายเลข r)

ค. r จะเป็นหมายเลขเริ่มต้น ลำดับต่อไป r + K, r +2K, r + 3K, ...จนครบ n (กลุ่มตัวอย่าง) หน่วยตามต้องการ

3) ในงานของผู้วิจัยสรุปกลุ่มตัวอย่าง (Tweets) ได้ดังนี้

ก. ต้องการกลุ่มตัวอย่าง 141 (Tweets) ในจำนวนทวิต 1,410 (Tweets)
จำนวนทวิต (Tweets) หารด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Tweets) (K = N/n) (K = 1,410/141=10)

ข. สุ่มหมายเลข 1 ถึง K (หน่วยตัวอย่างแรกที่เลือกได้คือหน่วยที่ 1 หรือ r=1)

ค. 1 จะเป็นหมายเลขเริ่มต้น ลำดับถัดไป คือ 1 + 10, 1 +2 (10), 1 +3 (10), 1+4 (10) ดังนั้น ตัวอย่างลำดับที่ถูกเลือกคือ 1, 11, 21, 31, 41....ฯลฯ จนครบ 141 หน่วย ตามที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาวิจัยโดยการเริ่มนับทวีตจากวันที่ 21 มิถุนายน ค.ศ.2015 เนื่องจากเป็นวันที่ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เริ่มเล่นทวิตเตอร์เป็นครั้งแรก ภายหลังได้รับตำแหน่งประธานาธิบดี ในปี ค.ศ. 2014 จนถึงวันที่ 14 มกราคม ค.ศ. 2019 เนื่องจากเป็นช่วงเวลา 3 เดือนก่อนการเลือกตั้งประธานาธิบดีอินโดนีเซีย ในวันที่ 17 เมษายน ค.ศ. 2019 รวมจำนวนทวีต (Tweets) ทั้งหมด 1,410 โพสต์

ขั้นตอนที่ 6 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiological Analysis) และการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) ในการศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

ขั้นตอนที่ 7 การสรุปและการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้ง

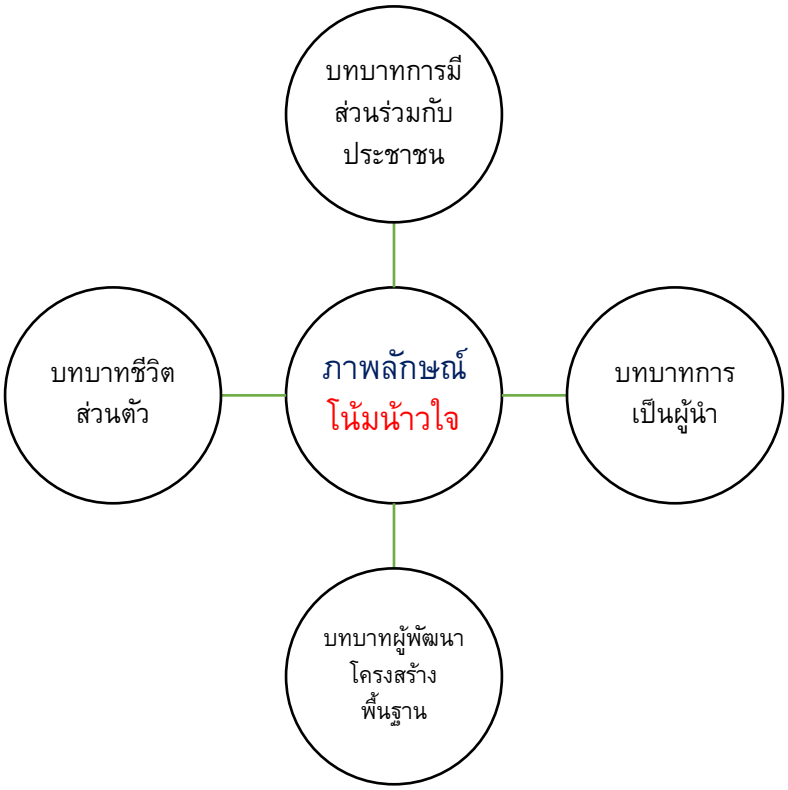
ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย มี 4 บทบาท คือ 1.1) บทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชน ข้อความและรูปภาพทวิตเตอร์ส่วนบุคคลของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลายร่วมกับประชาชน การกล่าวคำชื่นชมยินดีและแสดงความเสียใจในเหตุการณ์ต่างๆร่วมกับประชาชน การทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆที่ประชาชนมีส่วนร่วม การแก้ไขปัญหาต่างๆร่วมกับประชาชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การประกอบพิธีกรรมร่วมกับประชาชน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกีฬาร่วมกับประชาชน โดยสามารถวิเคราะห์จากความเป็นสัญญะแสดงถึงความหมายโดยนัย คือ ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด มีลักษณะบุคลิกถ่อมตัว มีความห่วงใย มีความเอาใจใส่ต่อสังคมและประเทศชาติ มีความตั้งใจที่จะทำงานให้กับประชาชนในทุกๆงาน มีความพร้อมสนับสนุน ส่งเสริม และช่วยเหลือประชาชนในทุกกิจกรรม 1.2) บทบาทการเป็นผู้นำ ข้อความและรูปภาพทวิตเตอร์ส่วนบุคคลของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ การประชุม การทำงานร่วมกับรัฐบาล นโยบายในการบริหารประเทศ การบริหารประเทศ การพบปะผู้นำระหว่างประเทศ และเป็นการทำงานร่วมกับรัฐบาลในลักษณะรูปแบบเป็นทางการ โดยสามารถวิเคราะห์จากความเป็นสัญญะแสดงถึงความหมายโดยนัย คือ ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด มีลักษณะของความเป็นผู้นำ ฉลาด โดดเด่น มีความสามารถโดยเป็นที่ยอมรับและ

เป็นที่ชื่นชมของประชาชน 1.3) บทบาทผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ข้อความและรูปภาพทวิตเตอร์ส่วนบุคคลของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ โครงการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน รถไฟฟ้า ไฟฟ้า ฯลฯ โดยสามารถวิเคราะห์จากความเป็นสัญญะแสดงถึงความหมายโดยนัย คือ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ อินโดนีเซียสามารถเข้าถึงความต้องการขั้นพื้นฐานที่ประชาชนควรได้รับ ดังเช่นการมีโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมในทุกพื้นที่ประเทศอินโดนีเซีย 1.4) บทบาทชีวิตส่วนตัว ข้อความและรูปภาพทวิตเตอร์ส่วนบุคคลของประธานาธิบดีโจโควี ที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ ชีวิตส่วนตัวในวันพักผ่อนร่วมกับภรรยา ครอบครัว และญาติพี่น้อง โดยสามารถวิเคราะห์จากความเป็นสัญญะแสดงถึงความหมายโดยนัย คือ มีลักษณะเต็มไปด้วยความสุขและความอบอุ่นในครอบครัว บ่งบอกว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เป็นคนรักครอบครัว

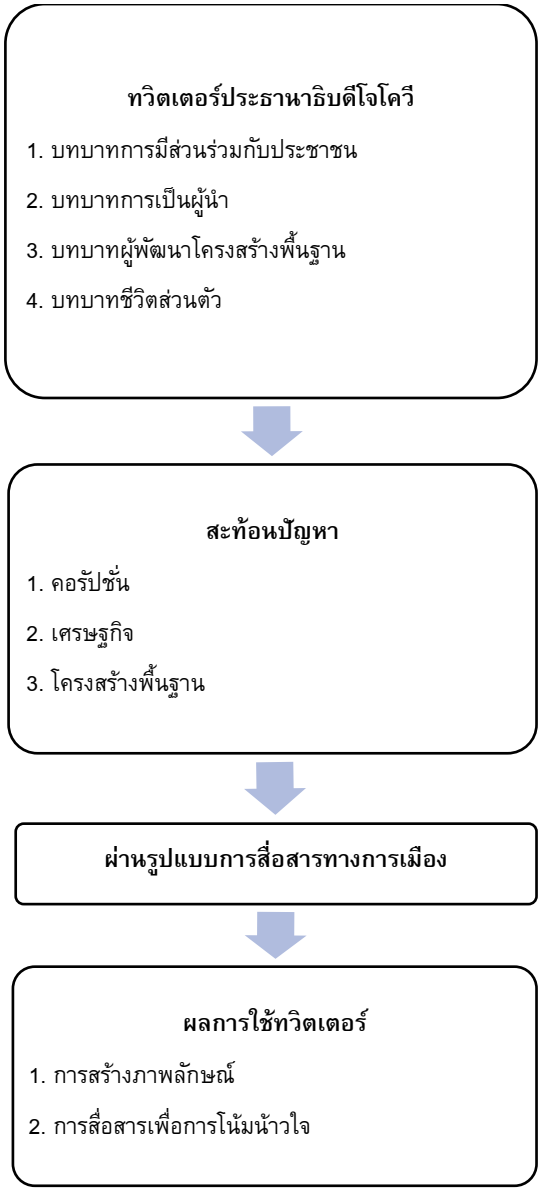
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่ามี 2 ด้าน คือ 2.1) ด้านการสร้างภาพลักษณ์ พบว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ด้วยจากเดิมนายโจโค วิโดโด มีภาพลักษณ์เป็นนักการเมืองใจซื่อมือสะอาด ติดดินเข้าถึงง่าย ภาพลักษณ์เหล่านี้เป็นเครื่องมือสร้างคะแนนนิยมและความศรัทธาจากประชาชน ทำให้สามารถครองตำแหน่งประธานาธิบดีอินโดนีเซียคนที่ 7 ในสมัยแรกไปได้ โดยในภายหลังได้รับตำแหน่งประธานาธิบดีแล้ว ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางการเมือง เป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากบทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชนและบทบาทชีวิตส่วนตัว ซึ่งมีการเพิ่มภาพลักษณ์บทบาทการเป็นผู้นำและบทบาทผู้สร้างโครงสร้างพื้นฐาน ภายหลังจากได้รับตำแหน่งประธานาธิบดี 2.2) ด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ พบว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง สำหรับเป็นช่องทางในการแจ้งข่าวสาร นโยบายการทำงาน กิจกรรม และผลงานต่างๆ ของทางรัฐบาลอินโดนีเซีย โดยเป็นไปในลักษณะของการโน้มน้าวใจ เพื่อทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อประธานาธิบดีโจโค วิโดโด กล่าวได้ว่าทวิตเตอร์เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มในยุคปัจจุบันที่สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป จากรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองในแบบเก่าหรือแบบที่มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน แตกต่างจากยุคในปัจจุบันนี้ ที่เป็นยุคของโลกาภิวัตน์ที่โลกสามารถเชื่อมต่อกันทั่วทุกมุมโลก เนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบใหม่คือ การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และผลจากการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองคือ “เพื่อการโน้มน้าวใจ” หรือ “การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ” ให้กลุ่มผู้ติดตามในทวิตเตอร์และกลุ่มผู้ใช้งานทวิตเตอร์ มีการรับรู้ภาพของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ตามความต้องการของผู้ใช้ทวิตเตอร์ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด



ภาพที่ 1: ภาพลักษณ์โน้มน้าวใจ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าจากผลการวิจัยบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย มี 4 บทบาท คือ บทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชน บทบาทการเป็นผู้นำ บทบาทผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบทบาทชีวิตส่วนตัว และจาก 4 บทบาท ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เหมือนเป็นภาพสะท้อนความเป็นอินโดนีเซียส่วนหนึ่ง ปรากฏให้เห็นถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น โดยกล่าวได้ว่าประเทศอินโดนีเซียมีประเด็นปัญหาหลักใหญ่ 3 ประเด็น คือ ปัญหาการคอรัปชั่น ปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน โดยการใช้สื่อทางการเมืองของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ผ่านการคิด การวิเคราะห์ การวางแผน และการเตรียมความพร้อม ดังจะเห็นได้จากประเด็นปัญหาหลักใหญ่ 3 ประเด็นข้างต้น ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการสื่อสารทางการเมืองของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ผ่านรูปแบบการสื่อสารทางทวิตเตอร์ เพื่อเป็นการสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ และการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยในครั้งนี้



ประเด็นแรกปัญหาการคอรัปชั่นในอินโดนีเซีย เป็นปัญหาที่อยู่มายาวนานนับตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะในยุคเผด็จการของซูฮาร์โต แม้ในภายหลังมีการปฏิรูปการปกครองเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ภาพการคอรัปชั่นในอินโดนีเซียกลับถูกแทนที่ด้วยความหวังของการเข้ามาเป็นประธานาธิบดีของโจโค วิโดโด ที่ไม่ได้เป็นบุคคลที่มาจากกลุ่มอำนาจทางทหาร กลุ่มชนชั้นนำ และกลุ่มอนุรักษ์นิยมในทางศาสนา เป็นภาพลักษณ์ของผู้นำที่มีใจซื่อมือสะอาด เข้าถึงประชาชน ตั้งใจทำงาน สามารถตรวจสอบการทำงานได้อย่างโปร่งใส ภาพเหล่านี้เป็นภาพในการรับรู้ของประชาชนโดยทั่วไป จนกระทั่งได้เข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดี การรับรู้ตัวตนเหล่านี้ยังคงอยู่ โดยประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้สื่อทวิตเตอร์ในการสะท้อนภาพลักษณ์เหล่านี้ ได้ตรงตามความต้องของประชาชน ดังจะเห็นได้จากบทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชน และบทบาทชีวิตส่วนตัวของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ดังภาพและข้อความในทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด

ประเด็นถัดมาปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ กล่าวได้ว่าประเทศอินโดนีเซียมีประชากรจำนวนมาก ส่งผลให้รายได้ของประชากรต่อหัวของประเทศอินโดนีเซียค่อนข้างต่ำ แม้ภายหลังจากสิ้นสุดยุคสมัยของ ซูฮาร์โตที่ต้องลาออกจากตำแหน่งประธานาธิบดี สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ อินโดนีเซียมีความเสถียรภาพทางการเมืองมากขึ้นภายหลังจากปฏิรูปการเมือง โดยเฉพาะในสมัยของประธานาธิบดีซูซิโล บัมบัง ยูโดโยโน ที่มีค่า GDP ทางด้านเศรษฐกิจดีขึ้น แต่ในยุคสมัยต่อมาของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ต้องเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นความท้าทายในการเข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดีในเวลาดังกล่าวเพื่อแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ โดยประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้สื่อทวิตเตอร์ในการสะท้อนภาพลักษณ์เหล่านี้ ได้ตรงตามความต้องของประชาชน ที่ต้องการเรียกร้องให้แก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอย่างเร่งด่วนและพัฒนาเศรษฐกิจอินโดนีเซียเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้บทบาทความเป็นผู้นำของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ดังภาพและข้อความในทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด

ประเด็นสุดท้ายในการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน กล่าวได้ว่าประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศหมู่เกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่กว่า 17,508 เกาะ ด้วยลักษณะภูมิประเทศดังกล่าวทำให้ประเทศอินโดนีเซียมีปัญหาทางด้านการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน รถไฟฟ้า ไฟฟ้า ฯลฯ โดยประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้สื่อทวิตเตอร์ในการสะท้อนภาพลักษณ์เหล่านี้ ได้ตรงตามความต้องของประชาชน ในเรื่องของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ดังจะเห็นได้จากบทบาทผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ดังภาพและข้อความในทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด

กล่าวได้ว่าการที่ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด มีการใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประเด็นปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือ คอร์รัปชั่น เศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งประเด็นปัญหาเหล่านี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงภาพการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ กล่าวคือ การใช้สื่อทางการเมืองของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ผ่านการคิด การวิเคราะห์ การวางแผน และการตรียมความพร้อม เพราะการสื่อสารทางการเมืองสำหรับผู้นำประเทศย่อมส่งผลโดยตรงต่อประชาชนทั้งประเทศ และรวมไปถึงประเทศอื่นๆที่ติดตามข่าวสารด้วย ดังนั้นการสื่อสารของผู้นำจึงมีความสำคัญ จำเป็นต้องมีการคิดวางแผน ก่อนที่จะถูกนำมาถ่ายทอดสู่ประชาชน ดังเช่นการทวีตข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวีดีโอ ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด จึงมีความสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในชาติ และสร้างความเชื่อมั่นต่อต่างประเทศ ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาก้าวหน้าเช่นในปัจจุบันนี้ ข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในประเทศย่อมหมายถึงเป็นความน่าเชื่อถือของประเทศด้วยเช่นกัน โดยส่งผ่านการสื่อสารของผู้นำประเทศ

โดยผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่ามี 2 ด้าน คือ ด้านการสร้างภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์เหล่านี้เป็นเครื่องมือสร้างคะแนนนิยมและความศรัทธาจากประชาชน ซึ่งเป็นการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางการเมือง ทำให้สามารถครองตำแหน่งประธานาธิบดีอินโดนีเซียคนที่ 7 ในสมัยที่ 2 จากการเลือกตั้ง

ในปี 2019 ด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ พบว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง เพื่อทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ดังนั้นกล่าวได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองจึงนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้บริหารประเทศให้บรรลุเป้าหมาย การนำเอาการสื่อสารมา "โน้มน้าวจูงใจ" ให้ประชาชนสนับสนุนแนวทางนโยบายต่างๆที่รัฐบาลจัดทำ ใช้การสื่อสารในการปลุกระดมการมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ใช้การสื่อสารอธิบายข้อเท็จจริง และสร้างความเข้าใจในการบริหารประเทศ ซึ่งหากผู้นำมีการสื่อสารที่ดี นอกจากจะได้รับการสนับสนุนให้ทำงานจนครบวาระตำแหน่งประธานาธิบดีแล้ว เมื่อมีการเลือกตั้งในครั้งต่อไป ย่อมจะได้รับการสนับสนุนให้กลับมาบริหารประเทศอีกครั้ง แต่หากเกิดการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีผลงานแสดงผ่านการสื่อสาร ประชาชนย่อมไม่สนับสนุน ซึ่งเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมือง คือผู้รับสารที่เป็นประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นฐานเสียงสำคัญของอินโดนีเซีย ดังนั้น บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย จึงมีความสำคัญในบริบททางการเมืองอินโดนีเซีย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงวาระแรกของการดำรงตำแหน่งในปี ค.ศ. 2014-2019 ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 2 ข้อ ซึ่งมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย ภายหลังจากได้รับตำแหน่งในปี 2014 ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองของตนเอง การสื่อสารทางการเมือง (political communication) เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแสดงทัศนะความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง และประสบการณ์ต่างๆ ทางการเมืองระหว่างบุคคล มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมทางการเมือง ดังเช่น รัฐบาลสื่อสารผ่านช่องทางใดทางหนึ่งเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและเรียนรู้ถึงนโยบาย กิจกรรมต่างๆของรัฐบาล ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชน (Agree, 1976; Yaithong, 2005) ดังเช่นในยุคปัจจุบันเป็นการใช้พื้นที่ในการสื่อสารทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองที่เอื้อต่อการสื่อสารทางการเมืองแบบสองทาง (Two-ways Communication) โดยเริ่มมาตั้งแต่กลางทศวรรษ 2000 เป็นต้นมา เวิลด์ไวด์เว็บเริ่มใช้แอพพลิเคชั่นแบบโต้ตอบมากขึ้น ที่ผู้อ่านสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างและแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรุ่นใหม่มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวิธีดำเนินธุรกิจ โดยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นกิจกรรมสันทนาการหรือกิจกรรมยามว่างที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบุคคลเพื่อมีส่วนร่วมในความบันเทิง และกิจกรรมทางสังคมประเภทต่างๆ การติดต่อสื่อสาร การโพสต์รูป และการเล่นเกมส์ (Can and Kaya, 2016)_โดยมีการเพิ่มขึ้นของการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการสื่อสารที่มีอิทธิพล มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมาก และการบริโภคข่าวสาร และรวมถึงได้มีการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น การมีส่วนร่วมของเครือข่ายที่กว้างขวางของผู้ใช้

สามารถเลือกการเข้าร่วมเองได้และสามารถเลือกเผยแพร่ข่าวสารที่สนใจได้ ดังเช่นข่าวทางการเมือง (Pentina and Tarafdar, 2014)

โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการสื่อสารนั้น อินเทอร์เน็ตมีบทบาทในการสื่อสารทางด้านการเมือง หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานราชการ และพรรคการเมือง ต่างตระหนักเห็นถึงประโยชน์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองและแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมือง ดังเช่นประธานาธิบดีโจโค วิโดโด มีการใช้ทั้ง Facebook, Instagram และ Twitter ในการแจ้งข่าวสาร กิจกรรม และผลงานต่างๆ ที่ทางรัฐบาลมีการดำเนินการในช่วงเวลานั้นๆ โดยบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ภายหลังจากได้รับตำแหน่งในปี 2014 พบว่ามี 4 บทบาท คือ บทบาทการมีส่วนร่วมกับประชาชน บทบาทการเป็นผู้นำ บทบาทผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และบทบาทชีวิตส่วนตัว โดยกล่าวได้ว่าบทบาททั้งหมดดังกล่าว 4 บทบาท ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เป็นการสร้างการรับรู้ของการเป็นประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ให้กับประชาชนในรูปแบบและลักษณะตามความต้องการของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด รวมถึงรัฐบาล เป็นการสร้างภาพลักษณ์ และการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเพื่อเป็นการรักษาและขยายฐานเสียงทางการเมือง เตรียมความพร้อมในการเลือกตั้งประธานาธิบดีในสมัยหน้าของประเทศอินโดนีเซีย ดังจะเห็นได้จากการวิเคราะห์ผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ในผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์ผลการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย มี 2 ด้าน คือ ด้านการสร้างภาพลักษณ์ และด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยด้านการสร้างภาพลักษณ์ กล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่จับต้องได้หรือมองเห็นเป็นรูปธรรมเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของการสร้างชื่อเสียงของบุคคลที่ได้สั่งสมมา ดังตัวอย่างเช่น นายโจโค วิโดโด มีภาพลักษณ์นักการเมืองใจซื่อมือสะอาด ติดดิน เข้าถึงง่าย เนื่องมาจากมีประวัติการทำงานในการเป็นนายกเทศมนตรีและผู้ว่าการจังหวัดมาก่อนในอดีต โดยในภายหลังได้รับตำแหน่งประธานาธิบดีแล้ว ประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ได้ใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์เดิมให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสร้างคะแนนนิยมและความศรัทธาจากประชาชนอินโดนีเซีย

ในด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยกล่าวได้ว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่มีคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่ง คือ เป้าหมายของการส่งข่าวสาร ดังที่กล่าวมาแล้วว่า “การเมือง” เป็นเรื่องของการใช้อำนาจมาจัดการกับสภาวะที่เป็นอยู่ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้กระทำการ ดังนั้นการสื่อสารทางการเมืองย่อมเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ เช่นนั้นลักษณะของการสื่อสารทางการเมืองจึงต้องเป็นรูปแบบหนึ่งของ “การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ” กลยุทธ์และยุทธวิธีที่ใช้โดยนักการเมืองหรือพรรคการเมืองมีความคล้ายคลึงกับการตลาดเชิงพาณิชย์ โดยในองค์กรทางการเมืองต้องกำหนดเป้าหมายเช่นเดียวกับการตลาดในเชิงธุรกิจ ที่เป้าหมายคือกลุ่มผู้ชมและผู้บริโภคสินค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อหวังผลกำไร ซึ่งในทางการเมืองกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนและกลุ่มคนที่มีสิทธิในการเลือกตั้ง โดยมีเป้าหมายเพื่อโน้มน้าวประชาชน

ให้เลือกตนเองหรือพรรคการเมืองของตนในการเลือกตั้ง (McNair, 2018) ดังเช่นตัวอย่างในปี ค.ศ.1996 เป็นปีที่อินเทอร์เน็ตแสดงให้เห็นเป็นครั้งแรก ในการสื่อสารทางการเมืองอย่างเต็มรูปแบบที่มีศักยภาพสูงสุด เห็นได้จากตัวอย่างการจัดทำและพัฒนาโครงการของประธานาธิบดี Bob Dole ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เกิดขึ้นมากมาย ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และมีการเกิดขึ้นของสำนวนเช่น “ประชาธิปไตยอิเล็กทรอนิกส์” “รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์” และ “รัฐบาลออนไลน์” ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งในการรายงานข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต โดยไม่เพียงแต่ถูกใช้ในช่วงของการเลือกตั้งสหรัฐฯเท่านั้น แต่ยังรวมถึงหน่วยงานสื่อสารกลุ่มใหญ่ในยุโรปและที่อื่น ๆ มันเป็นระบบที่กลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่งให้ความสนใจในการสื่อสารแบบนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว (Ricci, 1998) ดังเช่นบทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย

สรุป

บทบาทของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด ในการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง ประเทศอินโดนีเซีย จากการศึกษาพบว่าการใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เป็นไปในลักษณะสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อใช้โน้มน้าวจิตใจประชาชนกลุ่มผู้ใช้งานทวิตเตอร์ให้มีทัศนคติในทิศทางเชิงบวกกับประธานาธิบดีโจโค วิโดโด โดยการโพสต์ข้อความและรูปภาพบนทวิตเตอร์เป็นการสื่อสารทางการเมืองรูปแบบใหม่ที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และทำได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านคนกลางสื่อหลักในอดีต จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าประธานาธิบดีโจโค วิโดโด สามารถใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการใช้ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง ตามระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยในประเทศอินโดนีเซีย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนแนะในการศึกษางานวิจัยนี้คือ การใช้ทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมือง มาเป็นระยะเวลายาวนาน 5 ปี ตั้งแต่ในช่วงวาระแรกของการดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีอินโดนีเซีย ที่มีการเริ่มใช้ทวิตเตอร์ในฐานะประธานาธิบดีอินโดนีเซีย ค.ศ. 2015-2019 จนถึงช่วงก่อนการเลือกตั้งประธานาธิบดี 3 เดือน ในปี 2019 ซึ่งส่งผลต่อการวิจัยในครั้งนี้เป็นการรับรู้ข้อเท็จจริงเพียงส่วนหนึ่ง จึงควรมีการนำเสนอการวิจัยข้อเท็จจริงให้รอบด้าน

2.ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในบริบทช่วงเวลาในอดีตที่ผ่านมาแล้ว ในปี ค.ศ. 2015-2019 ซึ่งควรมีการศึกษาวิจัยในช่วงเวลาต่อมาจนถึงปัจจุบัน เพราะบริบทในสองช่วงเวลาดังกล่าวมีความแตกต่างกันและได้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขในช่วงเวลาดังกล่าว

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปนั้น ควรไปศึกษาช่องทางการสื่อสารอื่นๆ หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ ของประธานาธิบดีโจโค วิโดโด เพื่อเปรียบเทียบว่าเมื่อเปลี่ยนช่องทางการสื่อสารแล้ว ผลการวิจัยที่ปรากฏจะเหมือนหรือแตกต่างกัน

2.3 การศึกษาวิจัยในอนาคตในบริบทของทวิตเตอร์ของประธานาธิบดีโจโควี อาจมีแนวทางการวิเคราะห์รูปแบบอื่นๆ เพื่อเสนอมุมมองการศึกษาวิจัยหลากหลายแง่มุม

References

Bourchier, D., & Hadiz, V. R. (2003). *Indonesian Politics and Society: A reader.* London and New York: Routledge Curzon.

Bunmee, T. (2015). *Saussure's revolution in semiotics, The path to postmodernism.* (2thed.). Bangkok: Vibhasa Press.

Can, L., & Kaya, N. (2016). Social networking sites addiction and the effect of attitude towards social network advertising. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 484-492.

Chanthawanit, S. (2009). *Sociological Theory.* (2thed.). Bangkok: V-Print. (1991).

Charoensinolarn, C. (2010). *Nation-State and the New World (Dis) Order.* (2thed.). Bangkok: Vibhasa Press.

Charoensinolarn, C. (2012). *Semiology Structuralism Poststructuralism and the Study of Political Science.* (2thed.). Bangkok: Vibhasa Press.

Cheipratub, S. (1997). *Communication with Politics: Emphasis on social democracy.* Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Cheipratub, S. (2008). *Communication, Politics and Democracy in a developed society.* Bangkok: V-Print. (1991).

Eklöf, S. (2003). *Power and Political Culture in Suharto's Indonesia: The Indonesian Democratic Party (PDI) and Decline of the New Order (1986–98).* Denmark: NIAS Press.

Freedman, A. L. (2006). *Political Change and Consolidation Democracy's Rocky Road in Thailand, Indonesia, South Korea, and Malaysia.* New York: Palgrave Macmillan.

Fukuoka, Y., & Thalang, C. (2014). The legislative and presidential elections in Indonesia in 2014. *Electoral Studies*, 36, 210-239.

Kaewthep, K. (1999). *Media analysis: Concept and Technique.* (2thed.). Bangkok: Edison Press Products.

Kongkirati, P. (2015). *Thai Culture Politics: About Memories/Discourse/Power.* Nonthaburi: Same Sky Press.

Lansley, G., & Longley, P. A. (2016). The geography of Twitter topics in London. *Computers, Environment and Urban Systems*, 58, 85-96.

McNair, B. (2018). *An Introduction to Political Communication*. (6thed.). London and New York: Routledge.

Pentina, I., & Tarafdar, M. (2014). From ''information'' to ''knowing'': Exploring the role of social media in contemporary news consumption. *Computers in Human Behavior*, 35, 211-223.

Phadungchivid, J. J. (2008). *Culture, Communication and Identity.* (2thed.). Bangkok: Active Print.

Rappler.com. (2014*). Poll fraud allegations circulate online: MataMassa has so far received 403 allegations of electoral fraud, including vote count manipulation, with 325 of them verified.* Retrieved May 2, 2020, from https://r3.rappler.com/world/regions/asia pacific/indonesia/63257-indonesia-election-fraud-allegations.

Ricci, A. (1998). Towards a systematic study of Internet-based political and social communication in Europe. *Telematics and Informatics*, 15(3), 135-161.

Robinson, R., & Hadiz, V. R. (2004). *Reorganising Power in Indonesia: The politics of oligarchy in an age of markets.* London and New York: Routledge Curzon.

Sholeh, M. (2014*). Hasil resmi Pilpres 2014: Jokowi-JK 53.15%, Prabowo-Hatta 46.85%.* Retrieved May 1, 2020, from https://www.merdeka.com/peristiwa/hasil-resmi-pilpres-2014-jokowi-jk-5315-prabowo-hatta-4685.html.

Siriyuwasak, U. (2013). *People's media and communication rights in Indonesia and the Phillipines.* Retrieved May 3, 2020, from https://deepsouthwatch.org/th/node/4798.

We are Social. (2018). *Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark.* Retrieved May 5, 2019, from https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018.

Yaithong, T. (2005). *Political communication strategy of the Democrat Party.* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat University. Nonthaburi.