

**INTERAKTIVITAS AKUN TWITTER @GERINDRA  
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK**

**(Analisis Deskriptif Kualitatif)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Guna Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)



**Disusun oleh:**

**Natasya Septiyani**

**NIM. 191211005**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Septiyani

NIM : 191211005

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Judul Skripsi : Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra sebagai Media Komunikasi Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 9 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Natasya Septiyani

191211005

**JONI RUSDIANA, M.I.Kom**  
**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

---

**NOTA PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Saudari Natasya Septiyani

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Raden Mas Said Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Natasya Septiyani

NIM : 191211005

Judul : Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 16 Juni 2023

Pembimbing



Joni Rusdiana, M.I.Kom  
NIP.198306022018011002

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**“INTERAKTIVITAS AKUN TWITTER @GERINDRA SEBAGAI MEDIA**  
**KOMUNIKASI POLITIK”**

Disusun Oleh:

**Natasya Septivani**

NIM. 19. 12. 1. 1. 005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan  
Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Pada 21 Juni 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Surakarta, 7 Juli 2023

Penguji Utama

Dr. Sarbini, M.Ag.

NIP. 196904262170111666

Penguji II/Ketua Sidang

Penguji I/Sekretaris Sidang

Joni Rusdiana, M.I.Kom.

NIP. 198306022018011002

Eny Susilowati, S.Sos., M.Si.

NIP. 197204282000032002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



Dr. Islah, M. Ag.

NIP. 19730522 2003121001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Pertama untuk kedua orang tua yang telah memberi doa, dukungan berupa moril dan material hingga tamat perkuliahan.

Kedua untuk teman teman tercinta Jenay, Muthieh, Nabila, Bana, Sherly, Wida, Mayna, Latif, Dani, Rama, Tama, Lutfi, Hakim, Ojan yang telah kebersamai berjuang dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Ketiga untuk Maruu kucing kesayangan yang selalu menemani selama proses penyelesaian skripsi ini.

Keempat kepada para husbu husbu anime yang membuat penulis semangat untuk melanjutkan skripsi.

## **HALAMAN MOTTO**

*Just because you are not making progress as fast as you think, you should does not mean you are not making progress.*

(Natasya Septiyani)

## ABSTRAK

**Natasya Septiyani, NIM 191211005. “ Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik (Analisis Deskriptif Kualitatif)”. Skripsi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023.**

Banyak partai politik di Indonesia yang menggunakan twitter sebagai salah satu sarana komunikasi politik yang memiliki peran membawa para penggunanya untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi informasi maupun memberi respon dalam waktu yang cepat dan tanpa batasan dengan sasaran generasi muda, hal ini juga dimanfaatkan oleh Partai Gerindra, dengan akun Twitter-nya @Gerindra. Dengan adanya perebutan pengaruh publik yang mengharuskan partai politik meningkatkan interaktivitasnya di segala akun media sosialnya guna mencari simpatisme dari masyarakat sehingga mempengaruhi peluang partai untuk menang dalam suatu pemilihan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yang mendeskripsikan gambaran bagaimana interaktivitas yang tergambar di akun Twitter @Gerindra sebagai media komunikasi politik. sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini ada 2 yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Objek dalam penelitian ini adalah tweet tweet pada akun Twitter @Gerindra. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu Analisis deskriptif dengan mengurai data yang ditemukan kemudian menarik kesimpulan.

Berdasarkan pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa bentuk interaktivitas pada akun Twitter @Gerindra yang telah diteliti menggunakan teori interaktivitas menemukan bahwa pembagiannya ada 3 yaitu *user to user*, *user to system*, dan *user to document*. Dan interaktivitas sendiri erat kaitannya dengan media komunikasi politik, dalam interaktivitasnya @Gerindra memilih Twitter sebagai salah satu media komunikasi politiknya karena dirasa Twittter memiliki para pengguna yang cenderung berpikir kritis. Media komunikasi politik memeiliki beberapa fungsi yaitu: sebagai komunikasi politik, artikulasi kepentingan, sosialisasi politik, rekrutmen politik, pengatur konflik.

**Kata Kunci: Twitter, Politik, Partai Politik**

## **ABSTRACT**

**Natasya Septiyani, NIM 191211005. "Interactivity of the @Gerindra Twitter Account as a Media for Political Communication (Qualitative Descriptive Analysis)". Thesis, Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Ushuluddin and Da'wah State Islamic University of Raden Mas Said Surakarta. 2023.**

Many political parties in Indonesia use Twitter as a means of political communication which has a role in bringing its users to participate actively by providing information and responding quickly and without restrictions targeting the younger generation, this is also used by the Gerindra Party, with his Twitter account @Gerindra. With the struggle for public influence that requires political parties to increase their interactivity in all their social media accounts in order to seek sympathy from the public, it affects the chances of the party to win in an election.

The type of research used in this study is descriptive qualitative research which describes the picture of how interactivity is depicted on the @Gerindra Twitter account as a medium of political communication. There are 2 sources of data obtained in this study, namely primary sources and secondary sources. The object of this research is tweets on the Twitter account @Gerindra. The data collection technique used is documentation and literature study. The data analysis technique used by researchers is descriptive analysis by parsing the data found and then drawing conclusions.

Based on data processing, it can be concluded that there are several forms of interactivity on the @Gerindra Twitter account which has been examined using interactivity theory and found that there are 3 divisions, namely user to user, user to system, and user to document. And interactivity itself is closely related to political communication media, in its interactivity @Gerindra chooses Twitter as one of his political communication media because he feels that Twitter has users who tend to think critically. Political communication media has several functions, namely: as political communication, interest articulation, political socialization, political recruitment, conflict regulator

**Keywords: Twitter, Politics, Political Parties**



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb,*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan segala limpahan Rahmat serta Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Interaktivitas Akun Twitter @Gerindra Sebagai Media Komunikasi Politik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial, kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Sarbini, M. Ag. selaku Dewan Penguji Utama yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
4. Eny Susilowati, S.Sos.,M.Si selaku Sekretraris Sidang yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
5. Joni Rusdiana, S.Sos.,M.I.Kom selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, kritik, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
7. Staf Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan

pelayanan yang baik.

8. Staf UPT Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan pelayanan yang baik.
9. Teman-teman angkatan 19 selaku teman seperjuangan yang telah berjuang bersama.

Dan untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Terima kasih atas semua bantuannya dalam menyusun atau menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan untuk keikhlasan yang telah diberikan.

*Wassalamu 'alaikum Wr, Wb.*

Surakarta, 9 Juni 2022

Natasya Septiyani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	18
C. Pembatasan Masalah .....	19
D. Rumusan Masalah .....	19
E. Tujuan Penelitian.....	19
F. Manfaat Penelitian.....	20
BAB II LANDASAN TEORI .....	21
A. Kajian Teori.....	21
B. Tinjauan Pustaka .....	50
C. Kerangka Berpikir .....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
A. Jenis Penelitian .....	56
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	57
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Teknik Analisis Data .....	60
G. Keabsahan Data .....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	64
A. Gambaran Umum .....	64
B. Sajian data .....	76
C. Analisis Sajian Data .....	108

1. <i>User to System</i> .....	109
2. <i>User to User</i> .....	109
3. <i>User to Document</i> .....	110
4. Media Komunikasi Politik.....	111
BAB V PENUTUP.....	118
A. Kesimpulan .....	118
C. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	121

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini khalayak diberikan banyak pilihan untuk bisa mengonsumsi media melalui beberapa jenis antara lain audio, cetak, visual atau bahkan audio-visual. Dengan media khalayak tidak lagi hanya menjadi objek sasaran informasi, tetapi khalayak juga dapat aktif berinteraksi di dalamnya. Teknologi berbasis internet lebih dikenal dengan istilah media baru. Media baru dapat diartikan secara sederhana sebagai media interaktif yang merujuk pada perangkat media tersebut, baik perangkat keras (*hardware*) atau perangkat lunak (*software*).

Jumlah pengguna internet di dunia mencapai 4,95 miliar orang pada Januari 2022. Jumlah itu meningkat 3,99% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pengguna internet di dunia diperkirakan mencapai 4,95 miliar orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut meningkat 3,99% dibandingkan

Pada tahun sebelumnya yang sebanyak 4,67 miliar orang. Pengguna internet terus mengalami pertumbuhan setiap tahun. Dalam satu dekade terakhir, peningkatan jumlah pengguna internet secara global terjadi pada 2016, yakni 12,5%. Pertumbuhannya terus melambat hingga akhirnya kembali naik pada 2021. Ini terjadi karena pandemi Covid-19 yang membuat banyak aktivitas masyarakat beralih ke digital. Hanya saja,

pertumbuhan pengguna internet di dunia kembali melambat pada Januari 2022 (Ivan, 2022).

*We Are Social* mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. Nilainya juga lebih tinggi 1% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 203 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Pada 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya berjumlah 39,6 juta jiwa. Pada tahun ini, jumlah pengguna internet di dalam negeri telah meningkat lima kali lipat dibandingkan pada satu dekade lalu. Adapun, lonjakan pengguna terjadi pada 2017 di mana jumlahnya menjadi 136 juta jiwa. Selain itu, 94,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam (Kamadi, 2022).

Kemunculan media baru tentunya membawa perubahan pada lingkungan masyarakat yaitu kepada konsep masyarakat informasi. Media baru memberikan kapasitas informasi yang lebih luas, tanpa perantara dan bersifat interaktif. Media sosial merupakan salah satu jenis media baru yang sudah tidak asing digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok merupakan media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan

pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang untuk berkomunikasi serta berinteraksi.

Saat ini media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi melainkan bisa dijadikan untuk bisnis dan sarana membagi informasi lainnya. Media sosial merupakan media yang unik. Kita bisa mengunggah video dan gambar apapun yang kita mau asal tidak mengandung unsur negatif yang mengandung SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan) dan asusila. Semakin menarik apa yang diposting semakin banyak juga orang yang akan mengikuti akun kita. Tak hanya itu orang bebas berekspresi di dalam media sosial. Namun konsekuensi menggunakan media sosial adalah timbulnya berbagai macam pro dan kontra, mengingat media sosial merupakan media yang bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun. Selain itu, kemudahan aplikasi gratis dan gadget dengan harga yang relatif murah mendukung siapapun bisa memiliki akses ke media sosial. (Rara, 2016)

*We Are Social* mencatat jumlah pengguna media sosial secara global di dunia terus meningkat setiap tahunnya. Pada Januari 2021, angkanya mencapai 4,2 miliar atau setara dengan 13,2 persen dibandingkan dengan periode yang sama dari tahun sebelumnya. Jika dirinci, rata rata pengguna baru sosial media sejak 2020 terus meningkat mencapai lebih dari 1,3 juta pengguna. (Dimas, 2021)

Riset dari data reportal menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Angka ini meningkat menjadi 21 juta atau kenaikannya mencapai 12,6 persen dalam kurun waktu setahun. Dalam laporannya juga data reportal menyampaikan bahwa angka ini setara dengan 68,9% dari total seluruh penduduk Indonesia. Sebagai perbandingan jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 277,7 juta hingga Januari 2022. (Liberty Jemadu, 2022)

Perkembangan media sosial yang sangat pesat dapat memudahkan pekerjaan manusia sehari-hari. Yang awalnya hanya bisa berkirim kabar melalui surat, sekarang bisa dengan mudah bisa berkirim kabar di mana saja dan kapan saja dengan perantara media sosial. Mengenai data media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh para pengguna internet di Indonesia berdasarkan hasil survei, Facebook masih menduduki posisi pertama dengan angka pengguna mencapai 71,6 juta mencuri perhatian para pengguna internet Indonesia dengan bertengger di posisi puncak. Angkanya mencapai 71,6 juta pengguna (54 persen). Menyusul Facebook, Instagram menduduki posisi kedua dengan angka pengguna mencapai 19,9 juta pengguna (15 persen). Media sosial berikutnya yang paling banyak dikunjungi adalah Youtube, dengan angka pengguna mencapai 14,5 juta pengguna (11 persen).

Media sosial memiliki kekuatan untuk memengaruhi opini publik. Menggalang dukungan melalui media sosial menjadikan penyampaian



pesan menjadi lebih cepat. Oleh karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi baru dalam perspektif komunikasi politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi politik memiliki peran dalam membawa orang untuk berpartisipasi aktif dengan berkontribusi dan memberikan umpan balik secara terbuka, baik untuk berbagi informasi maupun untuk merespon dalam waktu yang cepat.

Media sosial menjadi bagian penting bagi partai politik untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas politiknya. Selain itu digunakan juga oleh partai politik untuk kepentingan politik, karena media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi berbagai khalayak dengan berbagai sasaran. Semakin banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, penggunaannya pun semakin meluas, terutama untuk kepentingan politik.

Penggunaan media sosial dalam dunia politik diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari partisipasi politik masyarakat dan dapat mendukung berkembangnya strategi komunikasi politik yang efisien. Pada aspek ini, dapat diketahui bahwa media sosial merupakan representasi modernitas dari demokrasi yang merata. Ketika sebuah organisasi pemerintah telah memutuskan untuk menggunakan media sosial, tentu harus bergerak cepat dan tanggap dalam merespon segala hal yang menjadi kebutuhan masyarakat. Para pengguna media sosial biasanya mengharapkan tanggapan cepat untuk pertanyaan, atau pemberitaan yang

*up to date*. Dengan pembaruan informasi yang dilakukan secara terus-menerus, dan tanggap dalam merespon partisipasi publik, penggunaan media sosial untuk suatu lembaga pemerintah dapat membangun kepercayaan publik melalui informasi-informasi yang diberikan, tak hanya itu dengan adanya media sosial menjadikan terjalinnya hubungan baik dengan publik.

Salah satu media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi politik adalah Twitter. Twitter adalah platform penting dalam komunikasi digital di Indonesia, di mana setiap orang dapat bergabung untuk mendaftar dan berpartisipasi untuk berbagi segalanya. Twitter merupakan suatu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menggunakan banyak fitur, antara lain fitur mengirim dan membaca atau bahkan kita juga bisa membagikan foto maupun video layaknya di sosial media Instagram.

Tak hanya itu kini twitter memiliki fitur baru yaitu *space*, fitur *space* merupakan suatu fitur baru yang menjadikan penggunaanya bisa melakukan percakapan audio secara langsung seperti layaknya bertelepon, dan Twitter juga memberikan layanan berupa promosi untuk beberapa tautan yang dapat membawa kita ke URL lain. Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat disetiap tahunnya, lonjakan pengguna twitter tersebut diakibatkan banyaknya peristiwa-peristiwa populer yang banyak terunggah di Twitter.

Menurut data yang dari situs SemioCast Dot Com, jumlah *tweeps* di Indonesia sebanyak 19,5 juta orang. Jumlah tersebut menempati posisi kelima dunia setelah Amerika Serikat (sekitar 107 juta pengguna), Brasil (33 juta pengguna), Jepang (29 juta pengguna), dan Inggris (24 juta pengguna) (Dwiki, 2012). Dari data di atas dapat dipastikan Twitter menjadi jejaring sosial yang paling disukai tidak hanya di dalam negeri melainkan juga di luar negeri. (Dara, 2014)

Tingginya popularitas twitter menyebabkan platform ini dimanfaatkan untuk berbagai keperluan di beberapa aspek termasuk sebagai salah satu media komunikasi politik dikarenakan Twitter sebagai ruang berbagi yang memiliki konten tak terbatas. Meskipun twitter tidak termasuk dalam tiga sosial media dengan tingkat pengguna tertinggi tetapi Twitter memiliki kelebihan antara lain: Melalui Twitter kita bisa mengakses informasi dengan cepat melalui salah satu fitur yang tersedia didalamnya, yaitu fitur *trending topic* yang memudahkan kita mengakses informasi yang sedang hangat dibicarakan baik secara global maupun *universal*.

Disisi lain Twitter merupakan salah satu sosial media yang hampir tidak pernah mengalami gangguan jaringan bahkan disaat sosial media lain sering mengalami gangguan. Karena hal itu netizen banyak yang beralih menggunakan aplikasi Twitter sehingga saat ini informasi apapun dengan lebih cepat tersebar di Twitter dibandingkan di sosial media lain.

Keunggulan lain dari twitter adalah dapat menjadi sarana pelayanan kepada khalayak masyarakat tanpa batas waktu, mereka bisa kapanpun bertukar pesan dan menanggapi. Penggunaan waktu yang fleksibel ini sangat memudahkan para partai politik pengguna akun Twitter memberi pelayanan pada masyarakat.

Sesuai dengan kajian komunikasi, media sosial memang menjadi salah satu contoh media baru yang bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun, membuat pesannya dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Dengan jangkauan yang lebih besar, membuat konsekuensi atas sosial media menjadi lebih banyak. Konten-konten yang ditampilkan, pasti dapat memancing pro kontra. Media sosial Twitter dapat dikatakan sebagai media online yang memiliki beberapa karakter diantaranya yaitu karakter partisipan yang merupakan karakter yang dapat mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik.

Hal ini yang membuat media sosial seolah mengaburkan batasan antara media dan khalayak. Twitter juga memiliki karakter keterbukaan pada umpan balik serta partisipasi dan mendorong penggunanya untuk lebih memilih berkomentar dan berbagi informasi tanpa adanya hambatan untuk mengakses menggunakan maupun mengkonsumsi konten (Mayfield, 2008).

Twitter juga digunakan sebagai ruang publik politik yang melibatkan berbagai partai politik di Indonesia dengan sasaran tertentu

yang memiliki akses terhadap internet. Tak hanya itu Twitter juga digunakan menjadi ruang dimana kelompok-kelompok maupun asosiasi-asosiasi menyampaikan informasi maupun rincian kegiatan kelompoknya. Twitter juga pada akhirnya menjadi cerminan ruang publik plural dimana di dalamnya berisikan ruang-ruang diskusi dengan berbagai topik pembahasan. (Hasfi et al., 2017)

Twitter kini banyak digunakan oleh para politikus dalam negeri maupun luar negeri untuk mempromosikan kebijakan dan berinteraksi dengan warga dan pejabat lainnya. Pada masa saat ini sebagian besar pejabat, pemimpin, kementrian, atau bahkan partai politik kini sudah memiliki akun twitter resmi berisikan informasi dan seputar kegiatan yang mereka lakukan.

Media sosial pada saat ini banyak dimanfaatkan masyarakat secara meluas atau bisa dikatakan media sosial saat ini sudah menjadi pilar utama dalam proses penyampaian informasi. Kecepatannya dalam menyampaikan informasi serta menyalurkan berita dimanfaatkan oleh berbagai lembaga pemerintahan dan tak terkecuali partai politik. Bagi partai politik memanfaatkan media sosial bisa membangun komunikasi politik antar kelompok ataupun organisasi dan forum politik lain ataupun dengan para pengikutnya masing masing.

Hampir semua partai politik di Indonesia menggunakan media sosial untuk membangun relasi politik dan juga untuk kepentingan politik

lainnya karena media inilah yang memiliki kekuatan untuk itu memengaruhi berbagai audiens. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik untuk menciptakan citra yang baik di masyarakat sehingga peluang mendapatkan pengikut dalam kepentingan politik otomatis akan lebih tinggi.

Banyak partai politik di Indonesia yang menggunakan twitter sebagai salah satu sarana komunikasi politik yang memiliki peran membawa para penggunanya untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat dan tanpa batasan dengan sasaran generasi muda.

Alasan lain banyak partai politik menggunakan Twitter sebagai salah satu media komunikasi politik adalah karena bisa dibilang Twitter merupakan sumber data terbaik dan *ter-update* dengan jangkauan yang terbilang lebih luas dibandingkan dengan media sosial lainnya, tak hanya itu para pengguna Twitter dirasa lebih kritis dalam menyikapi suatu hal yang ada di ruang publik.

Hal ini juga dimanfaatkan oleh Partai Gerindra, dengan akun Twitter-nya @Gerindra yang dibuat sejak 25 Oktober 2011. Selama kurun waktu 12 tahun akun twitter @Gerindra sekarang memiliki jumlah pengikut sebanyak 678 Ribu, akun Twitter @Gerindra berisikan postingan-

postingan mengenai kegiatan-kegiatan dan pemaparan berita seputar partai gerindra.



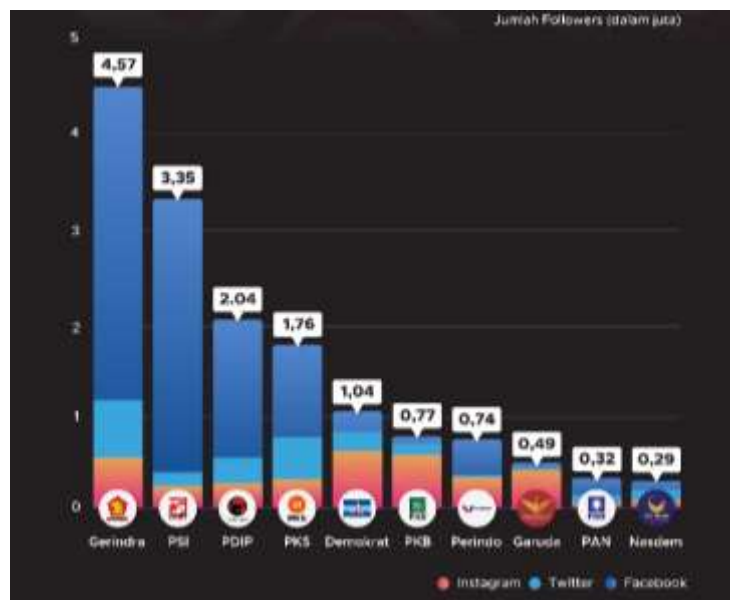
**Gambar 1.** Profil akun Twitter @ Gerindra

**Sumber:** Dokumentasi pribadi

Namun yang membedakan akun Twitter Partai Gerindra dengan dengan akun twitter partai lain adalah interaktivitas antara akun @Gerindra dengan masyarakat. Admin dari akun Twitter Partai Gerindra sendiri berusaha membaaur dengan masyarakat dengan sasaran anak muda, maka admin Twitter Partai Gerindra berusaha memberi pelayanan terbaik dengan cara mengikuti perkembangan dari tata cara bahasa serta pemilihan kata untuk menjawab keluhan, aduan serta tanggapan dari netizen. Tak hanya itu akun twitter gerindra juga melakukan pelayanan dengan jam yang sangat fleksibel serta dengan cepat menanggapi seluruh pertanyaan netizen.

Sebagaimana karakteristiknya media sosial merupakan media komunikasi interaktif maka akun twitter @Gerindra merupakan platform yang dianggap *credible* oleh masyarakat Indonesia, sehingga sudah seharusnya menjadi media yang interaktif dan responsif akan kebutuhan informasi masyarakat.

Berdasarkan data yang diolah dari DataIndonesia.id dalam akun media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter, Gerindra menjadi partai dengan jumlah pengikut terbanyak di media sosial, jumlahnya mencapai 4,57 juta akun per 11 Agustus 2022. Secara rinci Partai Gerindra memiliki 3,4 juta pengikut di Facebook. Gerindra juga memiliki 629.300 pengikut Twitter dan 541.000 pengikut Instagram (Rizaty, 2022).



**Gambar 2.** Grafik lengkap jumlah partai serta pengikutnya

**Sumber:** DataIndonesia.id



Tidak hanya sekedar menggunakan media sosial untuk mempercepat dan memperluas jangkauan informasi yang diberikan. Twitter bisa menjadi sarana media komunikasi politik yang sangat efektif dengan berbagai fitur yang disuguhkan sehingga menjadikannya sebagai media interaktif yang memungkinkan memepermudah berbagai proses interaksi.

Dengan penerapan beberapa fitur yang ada pada media sosial Twitter Partai Gerindra bisa memanfaatkannya menjadi salah satu wadah ataupun sarana media kampanye baru untuk Partai Gerindra. Pada masa saat ini tentunya kampanye merupakan hal yang sangat penting bagi suatu partai, dan media sosial memiliki peranan tersendiri dalam penerapan kampanye dikarenakan media sosial dianggap dapat memberikan dampak tersendiri yang cukup berpengaruh dalam meningkatkan tekanan publik. Media sosial memunculkan ruang publik baru tanpa adanya batasan ruang dan waktu tidak seperti media-media konvensional yang cenderung dibatasi.

Tak terkecuali dengan itu Partai Gerindra menggunakan akun media sosial twitter untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat dan terciptanya konektivitas antar suprastuktur politik. Banyak manfaat yang bisa diambil dengan adanya pemanfaatan penerapan penggunaan media sosial twitter untuk Partai Gerindra antara lain informasi seperti sosialisasi ide, gagasan, atau bahkan ajakan mengena kegiatan apapun

seputar Partai Gerindra bisa *netizen* dapatkan di twitter. Proses penyampaian informasi atau pesan apapun juga dianggap lebih cepat dan efektif dengan penggunaan twitter daripada melalui media cetak. Partai Gerindra juga merupakan partai pengguna akun media sosial Twitter dengan jumlah pengikut terbanyak. Berikut ini adalah data jumlah pengikut partai pengguna sosial media di Indonesia:

**Tabel 1.** Data pengikut akun media sosial Youtube, Instagram, Twitter partai politik di Indonesia per-2023

No	Nama Partai	Pengikut Youtube	Pengikut Instagram	Pengikut Twitter
1	Partai Gerindra	121 Ribu	546 Ribu	669 Ribu
2	Partai PDI P	38,4 Ribu	275 Ribu	288 Ribu
3	Partai PSI	88,3 Ribu	236 Ribu	156 Ribu
4	Partai Perindo	78,4 Ribu	333 Ribu	26,5 Ribu
5	Partai PAN	4,72 Ribu	62,9 Ribu	77,6 Ribu

**Sumber:** Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan data tabel diatas diketahui bahwa Partai Gerindra menempati posisi dengan jumlah pengikut paling banyak pada akun media sosial Youtube, Instagram dan juga Twittter. Namun yang menjadi fokus peneliti saat ini adalah akun media sosial Twittter yang dikelola oleh Partai Gerindra. Pada masa saat ini sasaran partai politik adalah para generasi

muda, karena generasi muda dirasa mendominasi populasi baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga mempengaruhi dinamika politik dengan presentase tinggi. Tak hanya itu generasi muda memiliki potensi yang luar biasa karena banyak dari generasi muda yang bisa mengenyam pendidikan tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Apabila dikelola dengan baik, potensi yang luar biasa ini dapat menjadi jawaban bagi partai politik dalam menghadapi tantangan politik yang kini dinamis. Jika politisi melihat celah dan peluang ini seharusnya para partai politik bisa menerapkan strategi dengan melakukan rekrutmen baru untuk para generasi muda, hal ini bisa menjadi jalan untuk mengurangi stigma negatif masyarakat terkait dengan dunia politik.

Menjelang pemilu 2024 partai politik banyak menyusun strategi untuk keberhasilan partainya dengan memanfaatkan generasi muda yang ada. Sejumlah partai politik aktif menggunakan media sosial yang sedang menjamur di kalangan generasi muda misalnya Twitter. Partai politik aktif berinteraksi dengan anak muda merupakan salah satu upaya untuk mengenalkan partai politik kepada generasi muda melalui beberapa *platform* media sosial semata mata tidak hanya untuk mendapat dukungan namun upaya itu dirasa sebagai bentuk membangun kesadaran kritis mereka sehingga menjadi generasi cerdas dalam menggunakan hak politiknya.

Partai Gerindra mengajak generasi muda masuk ke dunia politik dengan cara mendekatkan diri dengan generasi muda melalui akun media sosial terutama Twitter, mereka bisa menyampaikan aspirasi dan diberi ruang bebas untuk berkreasi dalam berpendapat di Twitter. Dirasa pemanfaatan media sosial Twitter memberi dampak yang cukup pesat dalam perkembangan Partai Gerindra. Tetapi masih banyak partai politik seperti Golkar, PDIP, dan Nasdem yang masih berusaha memegang teguh prinsip dengan tetap menggunakan sistem lama yaitu kurang membaaur dengan generasi muda dan memilih politisi politisi senior atau memilih ketua umum lama dalam periode baru untuk menjalankan organisasi sentral partai.

Penelitian mengenai interaktivitas media sosial dan juga mengenai penerapan media sosial sebagai media komunikasi politik sudah banyak diangkat oleh peneliti terdahulu. Salah satunya penelitian jurnal dari Afdal Makkuraga, yang diterbitkan di Jurnal Visi Komunikasi, Volume. 16, Nomor. 2 tahun 2017, berjudul: “Penggunaan New Media sebagai Sarana Kampanye Politik Pada Kontestasi Pilkada Jabar 2018”. Jurnal ini membahas tentang kampanye Ridwan Kamil dan Uu Rizhanul Ulum dalam Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat tahun 2018 lalu, yang menggunakan medium new media, secara khusus media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye menggunakan media sosial dipandang lebih efektif ketimbang media konvensional karena mampu mendorong

terbentuknya demokrasi yang bersifat deliberatif untuk meningkatkan kehadiran dan partisipasi masyarakat yang lebih luas dan aktif. Partisipasi ini dilakukan melalui medium internet, utamanya media sosial (Putra, 2017).

Penelitian lain dalam bentuk jurnal dari Jerry Indrawan, yang diterbitkan di Jurnal *Politica*, Volume. 10, Nomor. 1 tahun 2019, berjudul: “Cyberpolitics sebagai Perspektif Baru Memahami Politik di Era Siber”. Jurnal ini secara umum menjelaskan bagaimana kegiatan politik di masa depan akan didominasi melalui medium siber, atau cyberpolitics menurut istilah penulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cyberpolitics dapat digunakan sebagai medium berpolitik yang baru terhadap semua kegiatan dan aktivitas politik yang selama ini dijalankan secara tatap muka. (Indrawan, 2019).

Kedua penelitian diatas memiliki persamaan yaitu mengenai bagaimana media baru memiliki peranan penting terkait aktivitas-aktivitas komunikasi politik yang dijalankan saat ini. Bahkan, secara umum, apalagi di era “New Normal” pasca pandemi Covid-19, hampir seluruh aktivitas-aktivitas politik dijalankan melalui medium siber.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti disusun berdasarkan latar belakang yang sudah dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang telah dikaji ulang maka penelitian ini menjadi menarik dan penting untuk

diteliti karena twitter tidak hanya digunakan untuk media hiburan semata melainkan bisa digunakan sebagai salah satu ruang pemberitaan isu politik serta sebagai salah satu strategi politik suatu partai dalam mencari simpatisme masyarakat terutama generasi muda yang menjadi sasaran utama. Tak hanya itu Twitter bisa juga digunakan sebagai salah satu sarana media interaktif komunikasi politik yang efektif dalam penyampaian pesan terhadap masyarakat dengan beberapa pemanfaatan fitur-fitur didalamnya.

Dalam penelitian ini teori interaktivitas digunakan oleh peneliti sebagai penggambaran interaktivitas yang terjadi dalam akun media sosial Twitter @Gerindra yang digunakan sebagai media komunikasi politik. Dengan adanya perebutan pengaruh publik yang mengharuskan partai politik meningkatkan interaktivitasnya di segala akun media sosialnya guna mencari simpatisme dari masyarakat sehingga mempengaruhi peluang partai untuk menang dalam suatu pemilihan, dari alasan tersebutlah peneliti tertarik untuk meneliti tentang interaktivitas akun Twitter @Gerindra sebagai media komunikasi politik.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasar latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah antara lain:

1. Tingkat interaktivitas twitter mempengaruhi elektabilitas suatu partai.
2. Media sosial twitter mempengaruhi opini publik.

3. Pemanfaatan fitur media sosial twitter bisa menjadi media kampanye baru.
4. Penerapan media sosial menjadi representasi modernitas dari demokrasi yang merata.

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya masalah, maka dari latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas dibatasi agar penelitian ini dapat mencapai tujuan yang jelas. Dalam penelitian ini difokuskan membahas mengenai bagaimana bentuk interaktivitas yang terjadi dalam akun twitter @Gerindra.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah ini bertujuan agar penelitian lebih terarah dan tetap fokus pada apa yang diharapkan. Maka rumusan masalah yang peneliti angkat yaitu “Bagaimana bentuk interaktivitas akun twitter @Gerindra sebagai media komunikasi politik?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam setiap penelitian pada dasarnya memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan bentuk interaktivitas akun Twitter @Gerindra sebagai media komunikasi politik.

## **F. Manfaat Penelitian**

Berdasar tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka diharapkan pula mempunyai manfaat secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan ataupun referensi yang berlandaskan teori teori di dalam ilmu komunikasi terutama bagi mahasiswa yang meneliti dan mengkaji objek yang sama. Melalui penelitian ini juga diharapkan memberikan pemikiran atau wawasan tambahan serta referensi atau gambaran mengenai pemahaman interaktivitas pada akun twitter @Gerindra.

### **2. Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi, masukan serta gambaran kepada media baru yang ingin menerapkan konsep interaktivitas di media baru dari Sally J dan McMillan di mediana. Tak hanya itu diharapkan juga bisa menjadi masukan di bidang akademik yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, diharapkan juga agar masyarakat terutama generasi muda melek politik dan mau terjun ke dalam dunia perpolitikan. Hal ini didasari karena interaktivitas merupakan unsur penting di media baru yang memungkinkan pembaca dapat memberikan feedback pada media tersebut dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Teori New Media**

Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Denis, 2011). Adanya perubahan terminologi yang menyangkut media berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal, sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa.

Lingkungan media baru telah membawa pemikiran baru terhadap riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, tetapi mulai melibatkan teknologi komunikasi yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan fakta bahwa perangkat komunikasi berteknologi merupakan salah satu bentuk atau tipe dari lingkungan sosial. Tidak hanya bisa dilihat sebagai media dalam makna teknologi, tetapi juga makna lain yang muncul seperti budaya, ekonomi dan bahkan politik (Rulli, 2016).

Pada zaman sekarang internet sangat memudahkan kita dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. New media mencakup berbagai aspek antara lain:

Pertama, new media berupa internet bisa digunakan sebagai aspek pola komunikasi hiburan.

Kedua, new media berupa internet merupakan suatu cara baru dalam mempresentasikan dunia virtual.

Ketiga, new media adalah jembatan penghubung baru antara media dan pengguna media.

Keempat, new media merupakan sebuah gambaran dari suatu identitas seseorang ataupun komunitas.

Sebagian besar teknologi digambarkan sebagai media baru berupa digitalisasi yang memiliki karakteristik yang sering kali bisa dimanipulasi, bersifat jaringan, interaktif, dan tidak memihak. Dalam teori media baru terdapat dua pandangan, pandangan pertama mengenai interaksi sosial yang membedakan media menurut kedekatannya melalui tatap muka yang dianggap sebagai sebagai kedekatan yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan masyarakat mengembangkan pengetahuan baru yang lebih interaktif. Pandangan ini lebih menggambarkan media sebagai sarana penyebar informasi yang interaktif. Sedangkan pandangan kedua mengenai lebih pada gambaran media bukan hanya dalam bentuk informasi, interaksi, tetapi dalam bentuk bagaimana kelompok-kelompok atau asosiasi-asosiasi menggunakan media sebagai cara menciptakan reaksi masyarakat atau menyatukan masyarakat membentuk solidaritas.

New media juga memiliki beberapa karakteristik yaitu digital, *interactive*, *hypertextual*, *virtual*, *networked* dan *simulated*. Berikut merupakan penjelasan dari setiap karakteristik tersebut:

a. Digital

Digital dalam media baru berarti mengubah data menjadi angka. Digitalisasi ditandai dengan adanya data yang dapat dimasukkan dalam tempat yang sangat kecil, dapat diakses dengan kecepatan tinggi dan dapat dimanipulasi lebih mudah daripada analog.

b. *Interactive*

Interaktif merupakan nilai tambah yang ada pada media baru. Media lama menawarkan konsumsi media yang bersifat pasif sedangkan media baru menawarkan konsumsi media yang bersifat aktif (interaktif).

c. *Hypertextual*

Hypertextual menjelaskan sebuah teks yang menyediakan penghubung kepada sebuah teks lain diluar kata itu sendiri.

d. Virtual

Virtual adalah bentuk penciptaan ulang dari dunia nyata ke dalam bentuk digital yang disimpan pada database yang sangat besar berdasarkan pengalaman dari dunia nyata itu sendiri.

e. *Networked*

Jaringan dalam dunia media merupakan penghubung dalam berbagai bentuk komunikasi. Kompleksitas jaringan tersebut memungkinkan setiap orang dapat berkomunikasi tanpa terbatas oleh jarak dan waktu.

f. *Simulated*

Simulasi memiliki hubungan yang dekat dengan virtual. Simulasi adalah konsep buatan, sintetis dan produksi ulang, tetapi simulasi bukanlah sesuatu yang palsu. Simulasi merupakan reka ulang dari sesuatu yang nyata dan ada (Lister Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Lain Grant, 2009).

McQuail mengelompokkan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, e-mail. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, *videogame*, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/ *search engine*. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional. Kemunculan media baru dengan berbagai kategorinya seperti dijelaskan diatas tentu membawa perubahan pada lingkungan masyarakat yaitu kepada konsep masyarakat informasi. Media baru menawarkan kapasitas volume informasi yang lebih luas, tanpa mediasi dan bersifat interaktif (Putri, 2017).

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online (Maharani, 2020).

Di dalam KBBI Media memiliki arti alat atau sarana komunikasi dengan contoh seperti koran, majalah, radio, televisi, film, dan bahkan poster. Namun seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi memperbaharui media komunikasi dengan jenis baru yang sangat beragam yang memudahkan terkoneksi oleh dua orang atau lebih secara cepat dan tanpa adanya batasan walau terpaut jarak dan waktu. Media sosial berkembang dengan sangat pesat seiring dengan pertumbuhan dan kemudahan akses informasi yang didukung dengan kemajuan teknologi. Dengan pola penyebaran pesan yang cenderung lebih efektif dan tanpa adanya batasan sehingga menjadikan informasi apapun bisa didapatkan dengan mudah.

Selanjutnya, media sosial adalah oase bagi demokrasi. Media sosial dapat menyebarluaskan informasi politik, baik yang bersifat umum, sampai

yang bersifat rahasia. Oleh karenanya, media sosial dapat digunakan oleh kelompok minoritas yang dimarginalkan, bahkan pihak oposisi sebuah pemerintahan, untuk memperjuangkan hak-hak politiknya. Apalagi, di tempat-tempat di mana media-media konvensional malah menjadi corong kebijakan pemerintahan. Itulah mengapa media sosial berperan sangat penting di dalam komunikasi politik. Sebagai media proses komunikasi politik, twitter digunakan untuk kampanye partai, kampanye kandidat calon presiden, dan secara umum untuk menyampaikan informasi-informasi politik untuk kepentingan-kepentingan politis. Efektivitas media sosial Twitter dalam menyampaikan pesan-pesan politik, baik dari bawah ke atas, maupun sebaliknya, membuatnya berperan penting dalam proses komunikasi politik (Indrawan & Ilmar, n.d.).

## 2. Media sosial Twitter



**Gambar 3.** Logo Twitter

**Sumber:** Twitter.com

Dari sekian banyak media sosial yang paling cepat perkembangannya sehingga diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya generasi muda adalah

Twitter, karena kebanyakan isi dari twitter merupakan hal hal pribadi dimana seseorang berbagi cerita, aktivitas, hingga opini. Twitter adalah sebuah situs jejaring sosial yang berkembang dengan sangat pesat saat ini karena penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer ataupun perangkat *mobile* mereka dari manapun dan kapanpun.

Twitter merupakan layanan media sosial dalam jaringan yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkirim dan membacaa pesan berbasis teks dengan jumlah maksimum 280 karakter atau biasa disebut *tweet*. Sejak diluncurkannya sosial media ini, Twitter menjadi salah satu dari deretan sosial media yang sering dikunjungi di internet. Twitter tidak hanya menyediakan layanan untuk para penggunanya sebatas membaca *tweet* namun bagi para penggunanya bisa bertukar pesan melalui fitur fitur yang telah disediakan. Perkembangan Twitter dirasa sangan pesat sehingga meraih popularitas di dunia terutama pada kalangan generasi muda. Pada bulan Januari 2013, lebih dari 500 juta user telah terdaftar di Twitter, yang 200 juta merupakan pengguna aktif. Kemudian awal 2013, lebih dari 500 juta kicauan per hari dikirimkan oleh pengguna Twitter dan lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari yang ditangani oleh pihak twiter. Ini mengangkat posisi Twitter sebagai situs jejaring sosial yang paling banyak dikunjungi di dunia dari peringkat ke-22 ke peringkat ke-2.

Sosial media Twitter ini telah dimanfaatkan untuk berbagai aspek seperti sarana pembelajaran, sarana mengutarakan opini, media komunikasi

darurat, sarana kampanye politik dan masih banyak lagi. Twitter dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter.Inc yang berpusat di kota San Fransiso, dengan kantor dan server di New York City. Boston. Dan San Antonio. Namun pada 25 April 2022, dewan direksi Twitter secara resmi menyetujui akusus SpaceX dan Tesla. Inc senilai \$44 Miliar dengan CEO Elon Musk.

Sejarah awal berdirinya Twitter berawal dari acara diskusi yang diadakan oleh sebuah perusahaan podcast bernama Odeo. Jack Dorsey, seorang mahasiswa di Universitas New York, memaparkan idenya tentang penggunaan layanan pesan singkat untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Nama kode proyek asli untuk layanan ini adalah twttr, kemudian diungkapkan oleh Evan Williams dan dikemukakan oleh Noah Glass mereka terinspirasi dari Flickr dan kode singkat SMS Amerika yang jumlahnya hanya lima digit. Awalnya, nomor "10958" ditetapkan oleh sistem sebagai kode pendek untuk layanan ini, tetapi kemudian diubah menjadi "40404" untuk memudahkan penggunaan dan pencarian. Proyek dimulai ketika Dorsey memposting pesan Twitter pertamanya pada 21 Maret 2006 pukul 21:50 PST. Pesannya bertuliskan: "just setting up my twttr".

Aplikasi ini untuk pertama kalinya digunakan sebagai layanan internal bagi karyawan Odeo, dan pada tanggal 15 Juli 2006 versi lengkapnya diperkenalkan kepada publik. Lalu Biz Stone, Evan Williams, Dorsey, dan staf Odeo lainnya pada bulan Oktober 2006 membentuk perusahaan baru, mengakuisisi Odeo dan semua asetnya termasuk Odeo.com dan Twitter.com



dari investor dan pemegang saham. Setelahnya, twitter secara resmi diperkenalkan di San Fransisco pada tanggal 19 April 2007 dengan harapan dapat memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk dapat saling menciptakan dan berbagi informasi secara langsung dan tanpa hambatan.

Twitter kemudian berdiri sebagai perusahaan sendiri pada bylan April 2007. Twitter mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga bisa menjadi media sosial dengan puncakpopularitas yang tinggi yaitu dalam penyelenggaraan konferensi South by Southwest Interactive (SXSWI) pada 2007. Pada konferensi tersebut tercatat pengguna Twitter mengalami kenaikan dari 20.000 *tweet* menjadi 60.00 *tweet* per harinya. Bahkan pada 22 Januari 2010 juga seorang astronaut NASA yaitu T. J. Creamer menuliskan *tweet*-nya untuk pertama kalinya dari luar planet bumi yang diposting dari stasiun luar angkasa internasional (Fahmi, 2022).

Twitter menjadi salah satu platform populer yang cukup banyak digunakan masyarakat di dunia. Selain mampu menjaga privasi pemiliknya Twitter juga dilengkapi dengan fitur lengkap. Setelah diambil alih oleh Elon Musk, Twitter semakin berkembang dengan menambahkan berbagai fitur yang memudahkan para penggunanya. Fitur fitur dalam Twiitter antara lain:

#### 1. Nama Pengguna

Fitur Twitter ini digunakan untuk mengidentifikasi suatu akun dan sebagai pembeda antara akun satu dengan akun yang lainnya. Pada

sosial media Twitter biasanya nama pengguna diawali dengan tanda “@” dan dikuti nama penggunanya, misal @Gerindra.

## 2. Kicauan *Tweet*

Kicauan/*tweet* merupakan fitur utama dari Twitter yang dipakai oleh penggunanya untuk membagikan sebuah pesan tulisan, ide, opini, foto, video dan bahkan *gif* ke publik tanpa adanya perantara. Dalam fitur *tweet* ini diterapkan adanya batasan penulisan yaitu hanya bisa menulis 280 karakter dalam satu kali *tweet*.

## 3. *Retweet*

*Retweet* merupakan suatu fitur dalam yang digunakan untuk membagikan kembali sebuah postingan yang telah dibuat sebelumnya. Pengguna dapat membagikan kembali postingan dari pengguna lain atau postingan diri sendiri.

## 4. *Reply*

*Reply* merupakan suatu fitur dalam Twitter yang digunakan sebagai kolom komentar, sebagai saran memberi tanggapan dan bertukar opini. Kolom *reply* merupakan alah satu contoh dari bentuk komunikasi dua arah.

## 5. *Like*

*Like* merupakan salah satu fitur Twitter yang digunakan sebagai simbol atau respon positif untuk apresiasi terhadap tulisan, foto, maupun

video yang ditulis dan diunggah. *Like* dalam twitter digambarkan dalam simbol hati berwarna merah muda.

#### 6. *Mention*

*Mention* menjadi fitur menarik yang bisa dimanfaatkan pada berbagai keperluan. *Mention* merupakan salah satu cara untuk dapat menandai dan menyebut seseorang. Kegunaan *mention* sendiri sangat bergam tergantung dengan keperluan setiap pengguna.

#### 7. *Follow, Follower, Following*

Pengguna Twitter menggunakan istilah *follow*, *follower*, dan *following* dalam penyebutan pertemanan. Istilah *follow* digunakan sebagai tanda atau simbol ikuti, istilah *follower* digunakan sebagai tanda pengguna yang mengikuti sedangkan *following* adalah tanda atau simbol pengguna yang diikuti.

#### 8. *Spaces*

*Spaces* merupakan salah satu fitur yang digunakan untuk melakukan percakapan audio langsung di Twitter tanpa adanya batasan sehingga siapapun dapat bergabung untuk mendengarkan ataupun berbicara melalui tautan beranda *space*, undangan tautan yang bisa dikirim melalui DM (*Direct Message*) ataupun membagikan tautan di tempat lain. Fitur *space* ini bisa diakses oleh puluhan bahkan ratusan pengguna dengan 2 atau 3 *host* dan *co-host*.

#### 9. *Direct Messages*

*Direct Message* merupakan salah satu fitur dalam Twitter untuk kita bisa bertukar pesan dengan pengguna lain tanpa adanya batasan waktu dan dengan privasi yang terjaga. Karena pesan *Direct Message* hanya bisa dilihat antara dua belah pihak pengguna yang bertukar pesan saja, sehingga tidak bisa diakses oleh pengguna lain.

#### 10. *Hastag* atau tagar

*Hastag* atau yang biasa disebut tagar merupakan salah satu fitur dari Twitter yang diawali dengan symbol “#”. Fitur ini digunakan untuk mengawali topik pembahasan tertentu atau biasa digunakan untuk mengidentifikasi suatu topik atau *brand* tertentu yang sedang menjadi perbincangan hangat.

#### 11. *Trending Topic*

*Trending topic* atau yang biasa disebut dengan topik hangat merupakan salah satu fitur dalam Twitter yang memudahkan pengguna dalam melihat topik apa yang sedang hangat dibicarakan. Fitur *trending topic* ditentukan dengan algoritma dan secara bawaan oleh sistem Twitter yang disesuaikan berdasarkan akun yang diikuti, minat, dan lokasi dengan topik terbaru.

#### 12. *Twitter Circle*

*Twitter circle* merupakan salah satu fitur Twitter untuk mengirimkan *tweet* atau suatu pendapat pada pengguna tertentu atau pada suatu kelompok tertentu yang lebih kecil. Pada fitur *twitter circle*

dapat menentukan siapa saja yang termasuk kedalam daftar *twitter circle* akun tersebut dan hanya pengguna yang ditambahkan pada *twitter circle* yang bisa membalas dan berinteraksi dengan *tweet* yang dibagikan. Walaupun satu akun pengguna hanya bisa membuat satu *twitter circle* tetapi pengguna yang bisa ditambahkan dalam satu *circle* mencapai 150 pengguna dan hanya pemilik akun yang dapat melihat daftar *twitter circle*-nya. Pengguna lain diluar daftar *twitter circle* tidak akan bisa melihat *tweet* ataupun interaksi yang ada pada *tweet* tersebut.

### 13. *Bookmarks*

Fitur *bookmarks* merupakan salah satu fitur Twitter yang digunakan untuk menyimpan *tweet* pribadi maupun *tweet* pengguna lain, sehingga memudahkan untuk pengguna mengelompokkan *tweet* yang disimpan sehingga lebih mudah ditemukan sehingga pengguna bisa dengan mudah mengunjungi kembali *tweet* yang disimpan tanpa bisa diketahui oleh pengguna lain. Sehingga tidak perlu khawatir untuk kehilangan informasi yang dirasa penting tanpa harus menyelami kembali satu persatu *tweet* beranda di Twitter.

### 14. *Search*

Fitur *Search* merupakan fitur pada Twitter yang memudahkan para penggunanya mencari akun, *tweet*, atau postingan lain dalam Twitter berdasarkan kata kunci yang dimasukkan oleh pengguna. Hanya dengan

memasukkan kata kunci maka dalam hitungan detik informasi yang relevan akan muncul.

### 15. *Topics*

*Topics* merupakan salah satu fitur yang memungkinkan pengguna menemukan lebih dari 300 subjek pembahasan berdasar minat mereka. *Topics* merupakan fitur terbaru dari Twitter yang dirilis pada 11 November 2019. Fitur *topics* memudahkan pengguna untuk mengikuti minat mereka dengan jangkauan yang lebih luas, misalnya ketika mengikuti *topics* olahraga maka beranda akun akan dipenuhi oleh *tweet* yang berkaitan dengan subjek tersebut.

### 3. Teori Interktivitas dalam media sosial

*Computer Mediated Communication* (CMC) merupakan saluran interaktif yang memungkinkan pengguna untuk ikut aktif dan terlibat dalam komunikasi dua arah. Dalam pengoperasiannya CMC mencakup konferensi melalui komputer, e-mail, online chat, *instant messaging*, keperluan berbasis data, multimedia, dan lingkungan berbasis web. Secara singkat, teknologi komunikasi baru menawarkan peserta organisasi dengan beragam interaksi dan pengambilan keputusan yang berbeda secara substansial dari cara kerja tradisional (Sutanto & Christie, 2016).

Hadirnya internet juga mengubah komunikasi dengan beberapa cara. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi

“satu-untuk-banyak”. Sedangkan internet memberikan model-model tambahan seperti “banyak-untuk-satu” dan “banyak-untuk-banyak”. Internet dianggap lebih demokratis dan menawarkan potensi komunikasi yang bersifat terdesentralisasi dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya. Salah satu fitur media baru yang ramai dibicarakan adalah Interaktivitas. Bagi orang-orang dengan latar belakang komputer, interaktivitas diartikan sebagai interaksi antara pengguna dengan komputer. Sedangkan menurut ahli komunikasi, interaktivitas diartikan sebagai komunikasi antara dua manusia. Misalnya saja William, Rice dan Rogers (1988) yang mendefinisikan interaktivitas sebagai tingkatan dimana pada proses komunikasi para partisipan memiliki kontrol terhadap peran dan dapat bertukar peran. Berangkat dari salah satu fitur media baru inilah, akhirnya dikenal istilah *Computer Mediated Communication* atau CMC (Angkawijaya, 2017).

Interaktif berasal dari kata Interaksi, yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi, antar hubungan. Kemudian Interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis antara orang perseorangan dan orang perseorangan, antara perseorangan dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok. Kata sifatnya yaitu Interaktif adalah sifat saling melakukan aksi; antar-hubungan; saling aktif. Berkaitan dengan dialog antara komputer dan

terminal atau antara komputer dan computer atau disebut CMC (*Computer Mediated Communication*) (Putri, 2017).

Interaktivitas adalah sejauh mana dua pihak atau lebih dari pihak komunikasi dapat bertindak satu sama lain dalam substansi yang saling terkait. Artinya, dari berbagai definisi, dapat disimpulkan interaktivitas adalah pertukaran pesan antar individu satu dengan yang lainnya. Ha dan James mendefinisikan interaktivitas sebagai sejauh mana komunikator dan audiens menanggapi, atau bersedia memfasilitasi, kebutuhan komunikasi satu sama lain. Interaktivitas menjadi salah satu karakteristik dari media sosial yang memungkinkan organisasi mengembangkan hubungan antara organisasi dan publik melalui dialog (Laras Arlina Satiti Mugi, Triyono Lukmanto, n.d.).

Twitter digunakan sebagai alat komunikasi oleh partai politik di Indonesia dalam membina hubungan dengan publik secara efektif, utamanya saat menjelang Pemilu. Partai Gerindra menggunakan akun Twitter-nya sebagai media kampanye baru dengan cara cenderung menyebarkan informasi dan mengonstruksi suatu pandangan masyarakat melalui isu-isu yang berkembang dan membentuk pandangan-pandangan baru untuk bisa meraih suara publik.

Pesatnya perkembangan teknologi, menjadikan interaktivitas dimaknai sebagai kemampuan pengguna untuk menjadi pemberi atau penerima dari cakupan atau konten dari sebuah interaksi. Interaktivitas



menjadi bagian dari proses komunikasi yang terkoneksi dan terkontrol satu sama lain dalam suatu komunikasi, sedangkan media sebagai wadah untuk berkomunikasi.

Beberapa peneliti mendefinisikan interaktivitas dari beberapa karakteristik utama yaitu:

*a. Interactive features*

Beberapa penelitian tentang interaktivitas di media baru befokus pada fitur pesan dan media. Definisi yang berkaitan dengan karakteristik ini yaitu definisi interaktivitas yang dihasilkan dari konsensus simposium internasional pada tahun 1980 yang menjelaskan bahwa interaktivitas sebagai gaya kontrol dan sistem interaktif yang menunjukkan gaya itu.

*b. Perceived interactivity*

Pada karakteristik ini mendefinisikan bahwa penting untuk memahami cara suatu individu melihat interaktivitas untuk memahami pengaruh teknologi media yang lebih baru dalam hidup. Dan hal yang paling penting untuk dilakukan dalam mengukur tingkat interaktivitas yaitu bukan hanya terkait fitur teknologi saja, melainkan juga bagaimana pengguna mempersepsikan fitur-fitur tersebut.

c. *Interactive exchange*

Pada karakteristik ini mengidentifikasi interaktivitas berada di dalam keterkaitan pertukaran informasi di antara pengguna baik itu dalam hal fitur atau persepsi. Dia juga mendefinisikan interaktivitas sebagai serangkaian pertukaran informasi. Interaktivitas sebagai sejauh mana komunikator dan komunikan menanggapi, atau bersedia memfasilitasi kebutuhan komunikasi masing-masing.

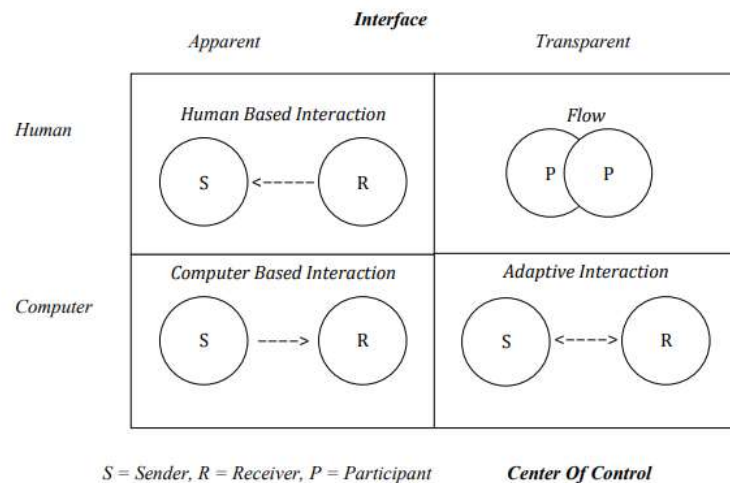
Dua jenis pertukaran interaktif yaitu pertukaran interaktif berbasis dialog dan pertukaran interaktif berbasis pesan. Pertukaran interaktif berbasis dialog berfokus pada pertukaran gaya percakapan. Sebaliknya, pertukaran interaktif berbasis pesan lebih banyak berhubungan dengan hubungan antara pesan yang dikirim sebelumnya dan bagaimana pesan-pesan itu saling berhubungan. Namun, dari kedua pertukaran interaktif tersebut memiliki fokus utama yaitu pada pertukaran informasi (Sutanto & Christie, 2016).

Sally J dan McMillan juga telah mengkonsepkan beberapa dimensi interaktivitas di media baru. Dia menjabarkan enam dimensi pilihan berdasarkan kompleksitas pilihan pengguna, upaya pengguna dalam menggunakan, responsif kepada pengguna, pengawasan penggunaan informasi, kemudahan mendapatkan informasi, dan fasilitas dalam komunikasi interpersonal. Selanjutnya, Sally J. dan McMillan memaparkan

secara lebih rinci dari konsep interaktivitas pada media baru, yaitu: *user to user system*, *user to documents*, dan *user to user*.

### 1. *User to system*

*User to system* merupakan salah satu tipe interaktivitas yang bersifat satu arah tanpa bisa berinteraksi dengan pengguna lain dan tanpa adanya timbal balik. Tipe interaktivitas ini biasanya terjadi dalam *website*, seperti mengunduh, mengarahkan *link* ke fitur ataupun laman tertentu dengan sekali klik.



**Gambar 4.** Pola User to System

**Sumber:** Sally dan McMillan

#### *a. Computer Based Interaction*

Model ini mengansumsikan komputer hadir bagi pembaca dan menanggapi informasi yang diberikan. Pembaca juga menyadari bahwa dia sedang berada di depan komputer dan berinteraksi dengan fitur-fitur yang ada di komputer tersebut.

### *b. Human Based Interaction*

Model kedua ini mengansumsikan individu yang jauh lebih aktif menggunakan *interface tools* yang telah tersedia untuk memanipulasi komputer dan mendapatkan informasi. Contohnya ketika suatu individu menggunakan alat seperti database, spreadsheet, dan pengolah data untuk memanipulasi serta mengatur data sehingga lebih berguna untuk mereka.

### *c. Adaptive Interaction*

Model ini mengansumsikan bahwa kendali masih dipegang oleh komputer, namun sifatnya lebih responsif terhadap kebutuhan suatu individu dan mengetahui apa yang individu butuhkan serta inginkan. Contohnya ialah *Hyperlink*.

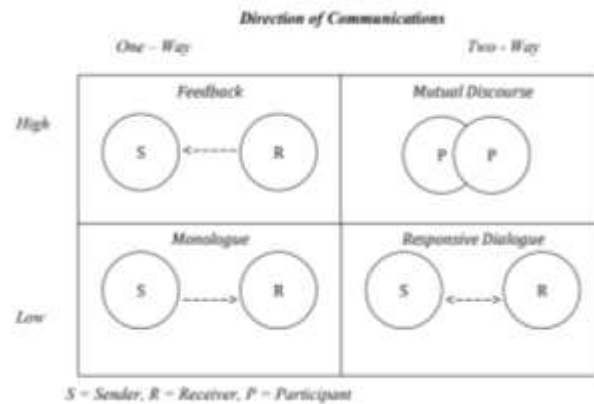
### *d. Flow*

Model terakhir ini mengansumsikan pengguna yang aktif dalam menggunakan komputer / software / website. 27 Sehingga hal itu, membuat peran atau respon dari komputer juga jadi lebih aktif dan tinggi.

## 2. *User to user*

*User to user* merupakan salah satu tipe interaktivitas yang bersifat dua arah dalam proses komunikasinya sehingga terbentuk interaksi antara pengguna dengan computer dan interaksi antar sesama pengguna

menggunakan ruangan *chatting* atau kolom komentar yang telah disediakan sebagai sarana berinteraksi dan membuat situs tersebut menjadi interaktif.



**Gambar 5.** Pola *User to user*  
**Sumber:** Sally dan McMillan

*a. Monologue*

Komunikasi yang terjadi pada model pertama ini bersifat satu arah, sender dapat mengontrol arah dan tujuan komunikasi. Contoh dari model ini yaitu yang terjadi pada komunikasi pemasaran dan lingkungan politik yang berfokus pada ‘berbicara’.

*b. Feedback*

*Feedback* sering ditambahkan ke situs tersebut ketika komunikator ingin berinteraktivitas ke lingkungan. Model ini juga membuka peluang untuk terjadinya komunikasi dua arah. Contohnya pemasaran yang dilakukan oleh suatu orang atau perusahaan yang keduanya berusaha meyakinkan orang lain untuk membeli produk atau jasa yang mereka jual, atau juga saat orang sedang berpidato.

### *c. Responsive Dialoge*

Pada model ini, komunikasi terjadi dua arah, contoh model seperti ini terjadi di situs *website* yang menyediakan layanan pelanggan atau juga *e-commerce*.

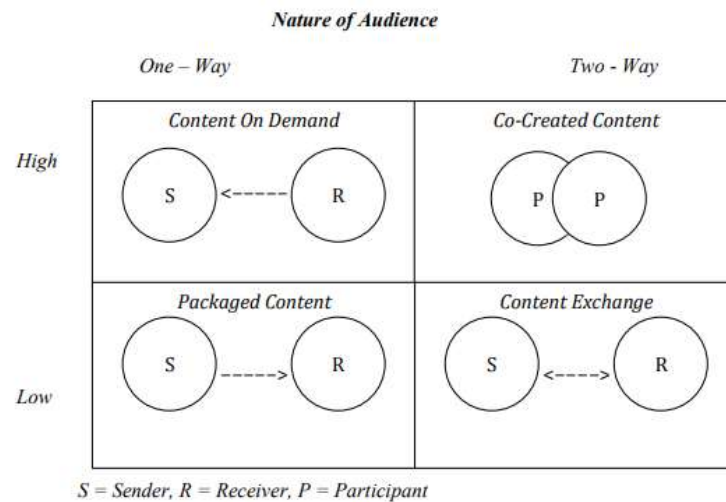
### *d. Mutual Dialogue*

Pengirim dan penerima pesan pada model ini tidak dapat dibedakan, karena model ini bersifat responsif, namun juga memberikan kontrol yang sama untuk semua peserta.

## *3. User to document*

*User to document* merupakan tipe interaktivitas mengenai bagaimana pengguna berinteraksi dengan suatu media komunikasi dan memanfaatkan fitur didalamnya dengan menambah foto, video, atau dokumen lainnya. Tipe interaktivitas ini menggunakan sistem pengguna bisa membagikan ulang atau menciptakan isi atau konten yang dibawakan oleh pemilik akun media dalam penyampaian informasi.

Pada tipe interaktivitas ini kebebasan pengguna lain dalam menginterpretasikan atau memodifikasi pesan maupun isi konten bisa disampaikan sesuai dengan kebutuhan.



**Gambar 6.** Pola user to Document

**Sumber:** Sally dan McMillan

*a. Packaged Content*

Konten ini berasal dari media massa yang dikirimkan kepada khalayak yang relatif pasif. Contoh interaktivitas ini dapat ditemukan di majalah daring atau surat kabar daring.

*b. Content On Demand*

Model ini mengansumsikan audiens yang lebih aktif dan hal itu tercermin dalam beberapa literature ilmu informasi yang diimplementasikan ke dalam halaman Web khusus 24 yang menyampaikan suatu berita, cuaca, olahra, serta konten lainnya sesuai yang individu inginkan.

*c. Content Exchange*

Pada model ini terjadi pertukaran konten yang membuat peserta dapat bergantian sebagai pengirim atau penerima pesan. Contoh dari pertukaran informasi ini yaitu *Bulletin Boards*. *Bulletin boards* yaitu

sebuah forum yang digunakan untuk berinteraksi antar sesama pembaca atau peserta dalam satu waktu dan untuk berkomunikasi satu sama lain tidak diperlukan waktu tunggu.

#### *d. Co-Created Content*

Model yang terakhir ini dapat menjadikan pengirim dan penerima dapat ikut andil dalam memberikan atau menciptakan konten baru. Biasanya terdapat suatu platform yang memungkinkan terjadinya kolaborasi antara sesama pengguna.

Secara singkat, *user to user* didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang dilakukan antara satu individu dengan individu lainnya menggunakan ruangan chatting atau kolom komentar yang disediakan sebagai sarana berinteraksi dan membuat situs tersebut menjadi interaktif. Sementara, *user to system* didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang terjadi antara pengguna dengan teknologi web, seperti mengunduh, meng-klik *link*, atau fitur-fitur tertentu yang tersedia. Dan yang terakhir, *user to document* didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang terjadi antara pengguna dengan dokumen yang diterimanya, sehingga *audience* memaknai pesan-pesan dari media daring. Komunikasi ini bersifat satu arah karena pengguna hanya berinteraksi dengan fitur-fitur. (Sutanto & Christie, 2016).

Downes dan McMillan menjelaskan bahwa ada lima dimensi interaktivitas, yaitu: (Denis, 2011)



- a. Arah komunikasi
- b. Fleksibilitas waktu dan peran yang ditukarkan
- c. Memiliki kesadaran akan ruang dalam lingkungan komunikasi
- d. Tingkat pengendalian (pada lingkungan komunikasi)
- e. Tujuan yang diamati (pertukaran dan persuasi terarah)

#### 4. Komunikasi Politik

Ilmu politik adalah ilmu yang mempelajari perpolitikan. Politik diartikan sebagai usaha-usaha mencapai kehidupan yang baik. Politik dapat di pahami dalam prespektif Negara, kekuasaan kebijakan umum, dan pengAmabilan keputusan, serta alokasi atau distribusi (Miriam, 2008).

Prespektif politik dari pandangan kebijakan umum dapat diketahui objek dari ilmuu politik adalah pemerintah dan kebijakannya, akibat dari kebijakannya, dan bagaimana proses dari kebijakan tersebut. Yang dimaksudkan dalam kebijakan umum disini adalah bagaimana membangun masyarakat secara terarah melalui kekuasaan yang ada. Sedangkan prespektif lain sistem politik menurut David Easton adalah suatu studi yang mempelajari bagaimana terbentuknya kebijakan umum. Yang dimaksudkan adalah politik membawahi berbagai macam kegiatan yang mempengaruhi kebijakan dari pihak yang berwenang untuk masyarakat dan mempengaruhi masyarakat mengeni bagaimana pelaksaan kebijakan tersebut.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua masyarakat dengan konsekuensi kebijakan yang ditentukan bersama melalui lembaga politik. Rush dan Althoff (1997) memaparkan bahwa komunikasi politik sebagai proses ketika informasi politik yang relevan ditentukan dari suatu bagian sistem politik ke bagian lainnya. Gabrel Almon juga berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi penting yang selalu ada dalam setiap sistem politik. (Petra, 2021)

Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yaitu menyalurkan beragam pendapat dan aspirasi masyarakat untuk diperjuangkan menjadi suatu kebijakan politik. Komunikasi politik juga bisa diartikan sebagai suatu kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan bercirikan politik yang berkaitan dengan kekuasaan negara, kekuasaan politik, tentang aspirasi masyarakat mengenai suatu kebijakan, dan aktivitas-aktivitas politik lainnya.

Menurut McQuail dalam Swanson 1990 komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisipliner yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati dirinya. Karena itulah komunikasi yang membicarakan tentang politik kadang dikalaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik (Denis, 2011).

Kontestasi politik baik didalam negeri maupun di luar negeri, selalu melahirkan cara, model, dan pola komunikasi politik yang baru. Hal ini akibat dari pesat dan cepatnya pergeseran dan perubahan dari sisi media. Media cetak, radio dan televisi selalu menjadi salah satu kekuatan dalam mencari *audience* atau para pemilih. Media turut berpartisipasi meningkatkan keterlibatan individu dalam proses pemilihan umum. Baik keterlibatan untuk ikut dalam pemilihan, keterlibatan dalam pertarungan isu dan wacana atau juga berperan dalam membuat masyarakat menjadi apatis dalam proses pemilihan. Partisipasi media ini diwujudkan dalam ragam bentuk, mulai dari memberikan informasi politik kepada publik hingga framing.

Bagi para masyarakat dan atau partai politik, perubahan media dan teknologi menjadi tantangan tersendiri dengan ragam implikasinya. Kontestasi politik yang dimaksud adalah, bagaimana aktor politik, masyarakat atau audien pemilih dan penyelenggara negara merespon perubahan-perubahan teknologi media baru dalam proses dan peristiwa politik. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa era new media mendorong perubahan-perubahan cara, metode, pola, dan konten dengan sangat cepat. Tipe dan jenis audien atau pemilih, teknologi yang digunakan dan aktor politik yang terlibat, termasuk bentuk konten politik, pun berubah cukup drastis dalam ruang new media (Juditha et al., n.d.).

Media memiliki peran signifikan dalam membentuk pola komunikasi politik, sedangkan partai politik berperan dalam mendesain kehidupan politik

suatu negara. Keduanya saling berkaitan dalam perkembangan demokrasi, menjadi saluran utama bagi kepentingan publik terutama di dalam politik. Ibaratnya jika partai politik merupakan kendaraan politik bagi lahirnya ide dan kebijakan terkait urusan publik maka media adalah yang menjadi saluran suara bagi rakyat.

Ruang publik adalah suatu ruang yang menyediakan fasilitas untuk kepentingan publik dimana rakyat bisa melibatkan diri secara langsung dalam urusan urusan publik. Media dalam hal ini merupakan salah satu bentuk ruang publik yang menyediakan berbagai informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kepentingan publik tersebut. (Sujoko et al., 2020).

Kemunculan media sebagai ruang publik baru merubah konsep ruang publik Habernas yang semula melibatkan komunikasi langsung secara tatap muka sekarang telah berubah menjadi biasanya komunikasi tidak langsung tanpa bertatap muka dengan adanya media. Media menjadi tempat bagi masyarakat untuk bertukar ide, ataupun mendiskusikan fenomena yang ada disekitar mereka. Media sosial sebagai media kampanye mampu memfasilitasi para politisi dan rakyat untuk menyampaikan idenya, program kerjanya dan opini serta pesan kepada partai lain atau bahkan kepada masyarakat melalui komunikasi yang interaktif secara bebas dan tanpa batasan sehingga berpotensi terjadinya sosialisai politik yang sehat baik antara partai politik satu dengan yang lain ataupun partai politik dengan masyarakat (Rusdiana, 2014).

Menurut Miriam Budiarjo dalam bukunya “dasar dasar ilmu politik” bahwa politik “merupakan suatu kelompok merupakan suatu kelompok yang terorganisasi yang anggota- anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan yang dimaksud dalam pengertian ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik atau merebut kedudukan politik secara konstitusional untuk melaksanakan kebijakan umum" pendapatnya ditunjang oleh Carl J. Friedrich bahwa politik merupakan "sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini, memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil serta materiil (*A political, party is a group of human beings, stably organized with the objective of securing or maintaining for its leaders the control of o government, with the further objective of giving to members of the party, through such control ideal and material benefits and advantages*)" (Miriam, 2008).

Ramlan Surbakti mengatakan bahwa partai politik memiliki fungsi yang sangat penting sebagai sarana komunikasi politik antara pemerintah dengan masyarakat, sarana pemadu kepentingan atas aduan dan juga opini masyarakat, sarana pengendali konflik, sarana partisipasi politik, dan sebagai sarana kontrol politik. Dari Penjelasan tersebut maka tidak sedikit Partai Politik yang memanfaatkan berbagai sosial media untuk menunjang kepentingan politiknya, namun dalam kenyataanya tidak semua fungsi

partai politik dilaksanakan dalam porsi dan tingkat keberhasilan yang sama. Hal ini tidak hanya bergantung pada sistem politiknya, akan tetapi juga dapat dipengaruhi faktor lain, seperti tingkat dukungan yang diberikan anggota masyarakat terhadap partai politik, kemampuan adaptasi, kompleksitas organisasi, otonomi, dan kesatuannya (Surbakti et al., 2010).

## **B. Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai interaktivitas media sosial sudah banyak diangkat oleh peneliti terdahulu antara lain:

1. Penelitian dari Arlina Satiti Mugi Laras, Triyono Lukmantoro, Adi Nugroho mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dengan judul “Interaktivitas Dalam Cuitan Akun Twitter Partai Politik @Gerindra Pada Kasus Pemerkosaan “Semua Kembali Lagi Pada Keluarga Korban”. Penelitian ini menggunakan metode analisis Van Dijk yang meliputi struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Adapun, analisis tersebut berfokus pada permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat, yaitu kasus pemerkosaan. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa telah terjadi sentimen negatif dari warganet akibat tanggapan @Gerindra soal kasus pemerkosaan. Partai Gerindra lebih banyak mewacanakan bahwa kasus pemerkosaan ini tidak ada sangkut pautnya dengan urusan partai. Artinya, dalam hal ini partai Gerindra tidak berupaya untuk meningkatkan citra partai dengan menunjukkan kelebihanannya, melainkan lebih banyak menampilkan konten

keengganan dalam mengawal kasus pemerkosaan dan bersikap tidak empati terhadap korban pemerkosaan. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa reaksi partai politik terhadap kasus pemerkosaan dapat mempengaruhi tingkat elektabilitas sebuah partai (Laras Arlina Satiti Mugi, Triyono Lukmantoro, n.d.).

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan penelitian tersebut dan penelitian ini sama di objek penelitian yang dikaji namun berbeda cara mengalisisnya serta teori dan output dari penelitian berbeda. Untuk penelitian tersebut outputnya berfokus pada reaksi masyarakat terhadap keputusan yang diambil oleh Partai Gerindra dalam menyikapi suatu kasus sedangkan pada penelitian ini berfokus pada interaksi yang terjadi sehingga mempengaruhi elektabilitas politik Partai Gerindra yang dianalisis menggunakan teori interaktivitas.

2. Penelitian lain berbentuk jurnal yaitu penelitian dari Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta dengan judul “Komunikasi Politik di Era Media Sosial”. Penelitian ini membahas mengenai tantangan dan peluang dari media sosial terhadap para aktor politik. Pemaparan penggunaan media sosial dalam komunikasi politik, membahas tentang tantangan yang dihadapi oleh para aktor politik di era 2.0 ini, memberikan tawaran peluang bagi aktor politik dalam pemanfaatan media sosial, serta hal apa yang sebaiknya dilakukan oleh para aktor politik untuk meminimalkan risiko dan

memaksimalkan peluang yang ditawarkan oleh media sosial (Faridhian, 2013).

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai peluang dari media sosial terhadap para praktisi politik namun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini dianalisis menggunakan teori interaktivitas sedangkan penelitian tersebut dianalisis menggunakan teori CMC (*Computer Mediated Communication*).

3. Penelitian jurnal lain juga diangkat oleh Eko Harry Susanto mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta dengan judul “Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memberikan gambaran holistik tentang media sosial dalam kaitannya dengan jaringan komunikasi politik yang dimanfaatkan oleh individu, kelompok maupun berbagai entitas politik. Hasil penelitian ini adalah pengguna media sosial tidak terikat oleh status sosial, ekonomi dan politik; media sosial dan media massa arus utama memiliki karakter berbeda dalam menyebarkan pesan kepada khalayak; dan media sosial merupakan pendukung jaringan komunikasi politik dalam demokrasi bernegara (Ilmu et al., 2016).

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah penelitian ini dianalisis menggunakan teori interaktivitas sedangkan penelitian tersebut dianalisis menggunakan teori



CMC (*Computer Mediated Communication*) sedangkan persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai peran dan peluang dari media sosial terhadap para praktisi politik.

4. Penelitian jurnal lain dingkat juga oleh Siti Fatimah mahasiswa Pascasarjana program studi Ilmu Politik Universitas Diponegoro dengan judul “Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu”. Penelitian ini berisi mengenai mengkaji konsep dari pentingnya kampanye sebagai bagian dari komunikasi politik. Dengan menjelaskan konsep pesan dan strategi, tulisan ini menyimpulkan bahwa keberhasilan dari suatu kampanye politik memerlukan adanya perencanaan dan pembentukan tim yang cukup untuk memaksimalkan strategi tersebut (Fatimah, 2018).

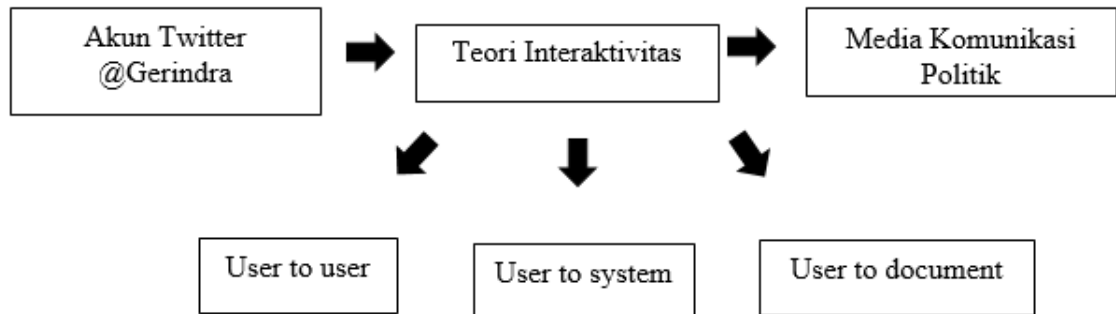
Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai peluang dari media sosial terhadap para praktisi politik namun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terfoku dengann strategi yang nantinya akan diterapkan dalaam keberhasilan dalam pemilu sedangkan pada penelitian ini lebih berrfokus pada bagaimana pemanfaatan fitur bisa meningkatkan eektabilitas suatu partai politik.

5. Penelitian dari Racheila Septi Dara mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul “Komunikasi Interaktif Pada

Pemerintah Daerah (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan akun twitter @hubkominfosolo sebagai Media Komunikasi Publik Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Surakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interaktif yang terjadi pada akun sosial media twitter pemerintahan daerah @hubkominfosolo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan objek dari penelitian yaitu akun Twitter @hubkominfosolo yang digunakan sebagai media komunikasi dalam pelayanan publik oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Surakarta. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Isi Pesan yang disampaikan oleh akun twitter akun @hubkominfosolo melalui jejaring sosial Twitter bersifat informatif, maksudnya adalah pesan yang disampaikan oleh akun Twitter akun @hubkominfosolo melalui jejaring sosial Twitter itu jelas dan aktual (Dara, 2014).

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai penggunaan Twitter yang menjadi peluang dari media sosial sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah output yang dihasilkan atas penelitian. Dalam penelitian ini menghasilkan output berupa media komunikasi politik sedangkan pada penelitian tersebut menghasilkan output berupa sebagai media komunikasi publik dinas perhubungan.

### C. Kerangka Berpikir



**Gambar 7.** Bagan Kerangka berpikir

Berdasarkan kerangka yang sudah disusun di atas, penelitian ini berawal dari akun media sosial Twitter @Gerindra yang diamati interaktivitas didalamnya yang kemudian akan dianalisis dengan menggunakan teori interaktivitas yang dibagi menjadi tiga yaitu *user to user*, *user to system*, dan *user to document* sehingga menghasilkan output berupa akun Twitter @Gerindra bisa digunakan sebagai wadah atau ruang dalam pemberitaan isu-isu politik, juga sebagai sarana media komunikasi dua arah, serta sebagai salah satu bentuk strategi politik yang bisa diterapkan dalam perebutan pengaruh publik guna mencari simpatisme dari masyarakat terutama generasi muda yang menjadi sasaran utama.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Kualitatif deskriptif difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terkait dengan pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi hingga akhirnya dikaji secara mendalam untuk menemukan pola pola yang muncul pada peristiwa tersebut. Jenis penelitian ini memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif biasanya digunakan untuk menganalisis sebuah fenomena, kejadian, ataupun suatu keadaan sosial. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah membuat gambaran sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Secara ringkas dapat diuraikan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang diawali dengan proses atau peristiwa penjelas yang akhirnya ditarik suatu kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Penelitian kualitatif deskriptif biasanya menekankan observatif partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil data dari penelitian ini nantinya akan menampilkan hasil data apa adanya atau tanpa proses manipulasi.



Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang menggunakan analisis interaktivitas maka penelitian ini dilakukan melalui penelitian lapangan dengan observasi melalui akun sosial media [www.twitter.com](http://www.twitter.com) dengan wawancara dan dilakukan secara fleksibel di tempat yang dapat memudahkan peneliti mendapatkan informasi seputar data yang dibutuhkan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai pada tanggal 24 September 2022 hingga Juni 2023.

### **C. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder:

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data utama yang digunakan dalam penelitian yaitu berupa interaktivitas *tweet* dari netizen dan dari akun media sosial twitter @Gerindra pada tanggal 5 Juni 2023 dikarenakan pada tanggal tersebut @Gerindra memproduksi konten politik lebih sering dari minggu minggu sebelumnya, dan juga peneliti mengambil tanggal terbaru agar konten yang dipaparkan masih aktual dan hangat diperbincangkan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sumber data melalui observasi langsung pada akun Twitter @Gerindra.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan dalam penelitian, data sekunder berupa telaah pustaka dan kumpulan data literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas kemudian dianalisa.

Literatur ini berupa buku, jurnal, artikel atau situs internet yang valid dan berkaitan dengan permasalahan yang ada.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah akun Twitter @Gerindra yang dibuat sejak 25 Oktober 2011, sedangkan objek dari penelitian ini adalah interaktivitas yang terjadi antara netizen dan admin akun twitter @Gerindra sebagai media penyampaian pesan secara efisien dalam komunikasi politik.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan bagian yang penting dalam suatu penelitian yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan dengan beberapa cara antara lain:

##### **1. Dokumentasi**

Pengumpulan data dokumentasi dalam penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi dan data data seputar interaktivitas dalam akun media sosial Twitter @Gerindra dari segi pemanfaatan fitur *reply* dan *space* sebagai sarana diskusi dan penyampaian pesan secara efisien berupa foto dan video seputar kegiatan Partai Gerindra yang ada di media sosial akun Twitter @Gerindra.

Teknik dokumentasi ini juga digunakan untuk menggali informasi dan data sekunder lain yang berkaitan dengan fokus penelitian. Pengumpulan data observasi juga termasuk kedalam teknik pengumpulan data

dokumentasi, teknik ini merupakan teknik dengan proses pencatatan data tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan objek yang diteliti, dan dalam penelitian ini teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan cara observasi atau terjun langsung meneliti sosial media akun Twitter @Gerindra.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan yang diambil. Pengumpulan data melalui studi pustaka bisa berupa kumpulan buku, jurnal, karya ilmiah, serta data data laporan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang diambil.

## **F. Teknik Analisis Data**

Data kualitatif berbentuk deskriptif, berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati. Data kualitatif dapat dipilah menjadi tiga jenis:

### 1. Hasil pengamatan

Uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati di lapangan.

### 2. Hasil pembicaraan

Kutipan langsung dari pernyataan orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan, dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam.

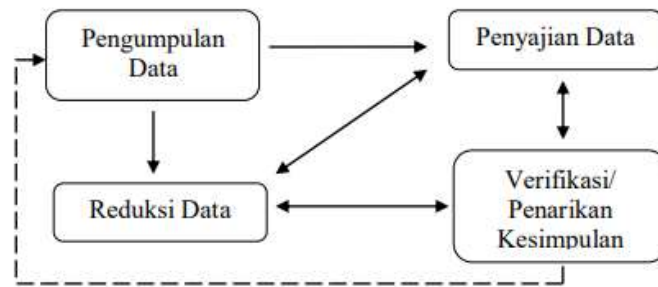


### 3. Bahan tertulis

Petikan atau keseluruhan dokumen, surat-menyurat, rekaman, dan kasus sejarah (Agusta, 2013).

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai fakta-fakta serta hubungan terhadap fenomena yang diteliti. Dengan pendekatan analisis kualitatif deskriptif terhadap interaktivitas netizen terhadap media sosial akun twitter @Gerindra sebagai salah satu sarana penyampaian pesan yang efisien dan sebagai bentuk dari komunikasi politik dengan berdasar pada teori interaktivitas. Interaktivitas berarti kemampuan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan komputer atau internet dan memiliki dampak pada pesan apapun yang sedang dibuat. Data-data tersebut kemudian diinterpretasikan dengan literature-literatur buku, jurnal, karya ilmiah, internet, dan bahan rujukan terkait dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

Analisa dilakukan setelah data data mengenai interaktivitas akun media sosial twitter @Gerindra terkumpul. Berdasarkan data tersebut, proses analisa penelitian ini dilakukan dengan membaca, mempelajari dan menelaah data dengan menggunakan langkah-langkah menurut Miles Huberman diantaranya sebagai berikut (Rohendi Rohidi, 2020):



**Gambar 8.** Pola Analisis Data

**Sumber:** Miles Huberman

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu proses mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan selama penelitian yang dilakukan dengan beberapa cara antara lain observasi, wawancara, dan studi pustaka dengan beberapa cara pengumpulan yang dirasa tepat dalam menentukan fokus pendalaman pada proses analisisnya.

2. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang membagi atau menyeleksi data berdasar penggolongannya, mengarahkan data, dan membuang data yang tidak diperlukan sehingga diperoleh kesimpulan akhir.

3. Penyajian data

Penyajian data adalah suatu bentuk pemaparan data yang telah di reduksi. Pengelompokan data ini bisa menggunakan tabel, grafik maupun diagram.

#### 4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan untuk menafsirkan data yang telah disajikan.

#### **G. Keabsahan Data**

Untuk menguji validitas data, peneliti menggunakan triangulasi data. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Pada dasarnya bahwa fenomena yang diteliti dipahami dengan baik, maka diperoleh data yang relevan dari berbagai sudut pandang. Melihat satu fenomena dari berbagai sudut pandang akan memungkinkan peneliti mendapatkan data yang relevan.

Karena itu, triangulasi adalah suatu usaha yang digunakan untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Triangulasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan pengecekan kembali data yang telah didapat melalui berbagai sumber, data dari berbagai sumber dikategorisasikan untuk kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan akhir (Mekarisce, 2020).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Profil Partai Gerindra**

Partai gerakan Indonesia atau biasa dikenal dengan sebutan “Gerindra” merupakan salah satu partai politik di Indonesia yang terbentuk pada tahun 2008 silam, Gerindra berfungsi sebagai kendaraan politik bagi mantan jenderal Prabowo Subianto. Saat ini Gerindra termasuk kedalam partai terbesar nomor dua di Indonesia berdasarkan hasil perolehan suara pada pemilihan umum legislatif 2019 lalu, dan termasuk kedalam partai terbesar nomor tiga di DPR RI dengan jumlah 78 kursi parlemen. Pada kurun waktu 11 tahun Gerindra memposisikan diri sebagai partai oposisi, lalu pada 2019 Gerindra bergabung dengan Kabinet Indonesia Maju. Sejarah Gerindra erat kaitannya dengan Partai Indonesia Raya (Parindra) bentukan R.M Margono Djojohadikusumo bersama dengan Dr. Soetomo dan Mohammad Husni Thamrin berdasar saran dari Soekarno.

Pada saat pengasingan di Ende pada 1933, Soekarno tidak yakin apakah bisa kembali ke Jakarta atau tidak untuk melanjutkan politik unifikasi Indonesia raya yang ia tekuni bersama Partai Nasional Indonesia. Sekembalinya soekarno ke Jakarta lalu memperkuat Partai Nasional Indonesia dengan cara membubarkan Partai Gerakan Indonesia (Parindra). Namun pada 2008

Prabowo kembali mencoba mendaftarkan nama Partai Indonesia Raya ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) namun gagal karena pernah digunakan sebelumnya, maka akhirnya ditambahkan kata “gerakan” sehingga menjadi partai Gerakan Indonesia Raya atau yang sekarang dikenal dengan sebutan Gerindra.



**Gambar 9.** Grafik Keanggotaan Partai Gerindra

**Sumber:** website Partai Gerindra

## 2. Sejarah Partai Gerindra

Bermula dari Keprihatinan, Partai Gerindra lahir untuk mengangkat rakyat dari jerat kemelaratan, akibat permainan orang-orang yang tidak peduli pada kesejahteraan. Dalam sebuah perjalanan menuju Bandara Soekarno-Hatta, terjadi obrolan antara Fadli Zon dan pengusaha Hashim Djojohadikusumo. Ketika itu, November 2007, keduanya membahas politik terkini, yang jauh dari nilai-nilai demokrasi sesungguhnya. Demokrasi sudah dibajak oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan memiliki kapital besar. Akibatnya, rakyat hanya jadi alat. Bahkan, siapapun yang tidak memiliki kekuasaan

ekonomi dan politik akan dengan mudah jadi korban. Kebetulan, salah satu korban itu adalah Hashim sendiri. Dia diperkarakan ke pengadilan dengan tuduhan mencuri benda-benda purbakala dari Museum Radya Pustaka, Solo, Jawa tengah. Bila keadaan ini dibiarkan, negara hanya akan diperintah oleh para mafia.

Fadli Zon lalu mengutip kata-kata politisi Inggris abad kedelapan belas, Edmund Burke: *“The only thing necessary for the triumph [of evil] is for good men to do nothing.”* Dalam terjemahan bebasnya, “kalau orang baik-baik tidak berbuat apa-apa, maka para penjahat yang akan bertindak“ terinspirasi oleh kata-kata tersebut, Hashim pun setuju bila ada sebuah partai baru yang memberikan haluan baru dan harapan baru. Tujuannya tidak lain, agar negara ini bisa diperintah oleh manusia yang memerhatikan kesejahteraan rakyat, bukan untuk kepentingan golongannya saja. Sementara kondisi yang sedang berjalan, justru memaksakan demokrasi di tengah himpitan kemiskinan, yang hanya berujung pada kekacauan.

Gagasan pendirian partai pun kemudian diwacanakan di lingkaran orang-orang Hashim dan Prabowo. Rupanya, tidak semua setuju. Ada pula yang menolak, dengan alasan bila ingin ikut terlibat dalam proses politik sebaiknya ikut saja pada partai politik yang ada. Kebetulan, Prabowo adalah anggota Dewan Penasihat Partai Golkar, sehingga bisa mencalonkan diri maju menjadi ketua umum. Namun, ketika itu Ketua Umum Partai Golkar Jusuf Kalla adalah wakil presiden mendampingi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Setelah

perdebatan cukup panjang dan alot, akhirnya disepakati perlu ada partai baru yang benar-benar memiliki manifesto perjuangan demi kesejahteraan rakyat. Untuk mematangkan konsep partai, pada Desember 2007, di sebuah rumah, yang menjadi markas IPS (Institute for Policy Studies) di Bendungan Hilir, berkumpul sejumlah nama. Selain Fadli Zon, hadir pula Ahmad Muzani, M. Asrian Mirza, Amran Nasution, Halida Hatta, Tanya Alwi, Haris Bobihoe, Sufmi Dasco Ahmad, Muchdi Pr, Widjono Hardjanto dan Prof Suhardi. Mereka membicarakan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART) partai yang akan dibentuk.

Sempat merasa pesimistis bahwa gagasan pembentukan partai baru itu akan terus berlanjut. Namun diluar dugaan, ketika Hashim datang, Hashim tetap antusias pada gagasan awal untuk mendirikan partai politik. Akhirnya, pembentukan partai pun terus dilakukan secara maraton. Hingga akhirnya, nama Gerindra muncul, diciptakan oleh Hashim sendiri. Sedangkan lambang kepala burung garuda digagas oleh Prabowo Subianto.

Pembentukan Partai Gerindra terbilang mendesak. Sebab dideklarasikan berdekatan dengan waktu pendaftaran dan masa kampanye pemilihan umum, yakni pada 6 Februari 2008. Dalam deklarasi itu, termaktub visi, misi dan manifesto perjuangan partai, yakni terwujudnya tatanan masyarakat indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil dan makmur serta beradab dan berketuhanan yang berlandaskan Pancasila sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD NRI tahun 1945.

Budaya bangsa dan wawasan kebangsaan harus menjadi modal utama untuk mengeratkan persatuan dan kesatuan. Sehingga perbedaan di antara kita justru menjadi rahmat dan menjadi kekuatan bangsa indonesia. Namun demikian mayoritas rakyat masih berkubang dalam penderitaan, sistem politik kita tidak mampu merumuskan dan melaksanakan perekonomian nasional untuk mengangkat harkat dan martabat mayoritas bangsa indonesia dari kemelaratan. Bahkan dalam upaya membangun bangsa, kita terjebak dalam sistem ekonomi pasar. Sistem ekonomi pasar telah memporak-porandakan perekonomian bangsa, yang menyebabkan situasi yang sulit bagi kehidupan rakyat dan bangsa.

Hal itu berakibat menggelembungnya jumlah rakyat yang miskin dan menganggur. Pada situasi demikian, tidak ada pilihan lain bagi bangsa indonesia ini kecuali harus menciptakan suasana kemandirian bangsa dengan membangun sistem ekonomi kerakyatan. Maka dari ini Partai Gerindra terpanggil untuk memberikan pengabdianya bagi bangsa dan negara dan bertekad memperjuangkan kemakmuran dan keadilan di segala bidang (Gerindra, pn.d.).

### 3. Visi dan Misi Partai Gerindra

Sebagai salah satu partai politik tentunya Gerindra memiliki visi dan misi layaknya seperti partai politik lainnya, berikut merupakan visi dan misi dari Partai Gerindra antara lain sebagai berikut:



**Visi :**

Menjadi Partai Politik yang mampu menciptakan kesejahteraan rakyat, keadilan sosial dan tatanan politik negara yang melandaskan diri pada nilai-nilai nasionalisme dan religiusitas dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 yang senantiasa berdaulat di bidang politik, berkepribadian di bidang budaya dan berdiri diatas kaki sendiri dalam bidang ekonomi.

**Misi :**

Mempertahankan kedaulatan dan tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 yang ditetapkan pada tanggal 18 Agustus 1945.

Mendorong pembangunan nasional yang menitikberatkan pada pembangunan ekonomi kerakyatan, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pemerataan hasil-hasil pembangunan bagi seluruh warga bangsa dengan senantiasa berpegang teguh pada kemampuan sendiri.

Membentuk tatanan sosial dan politik masyarakat yang kondusif untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dan kesejahteraan rakyat.

Menegakkan supremasi hukum dengan mengedepankan azas praduga tak bersalah dan persamaan hak di hadapan hukum serta melindungi seluruh warga Negara Indonesia secara berkeadilan tanpa memandang suku, agama, ras dan/atau latar belakang golongan.

Merebut kekuasaan pemerintahan secara konstitusional melalui Pemilu Legislatif, Pemilu Presiden dan Pemilu Kepala Daerah untuk menciptakan lapisan kepemimpinan nasional yang kuat dan bersih disetiap tingkat pemerintahan (Gerindra, n.d.).

#### 4. Akun Twitter Partai Gerindra

Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi politik banyak dilakukan oleh berbagai partai di Indonesia. Tak terkecuali Partai Gerindra dengan akun Twitternya @Gerindra yang dibuat sejak 25 November 2011. Partai Gerindra merupakan partai yang sama dengan partai politik pada umumnya, namun yang membedakan dengan partai politik lainnya adalah pemanfaatan media sosialnya terutama pada media sosial Twitter yang memiliki ciri khas unik dengan bahasa bahasa modern dengan tambahan *meme* lucu yang sehingga banyak pengguna memfavoritkan akun Twitter @Gerindra.



**Gambar 10.** Tampilan Twitter Gerindra  
**Sumber:** Dokumentasi Pribadi

Rata rata akun Twitter @Gerindra membagikan *tweet* sejumlah 1 hingga 15 *tweet* dalam sehari, membagikan ulang postingan sejumlah 1 hingga 5 *tweet* dalam sehari, menyukai postingan rata rata sejumlah 1 hingga 10 postingan setiap harinya, *reply* sebanyak rata rata 10 hingga 20 postingan dalam sehari, dan interaktivitas total rata rata dalam sehari yaitu 20 hingga 25 postingan baik berupa *tweet*, *retweet*, maupun *reply* pada akun akun lain.

Dalam akun Twitter nya @Gerindra dikenal dengan akun partai politik memproduksi beberapa konten antara lain berupa konten tanya yang sangat penting untuk memperluas jangkauan akun. Cara berinteraksi melalui konten tanya jawab ini bisa diawali dengan melulis suatu *tweet* yang isinya menanyakan suatu hal sehingga nantinya tercipta interaksi tanya jawab.



**Gambar 11.** Konten tanya jawab  
**Sumber:** Dokumentasi Pribadi

Konten lain berupa konten politik karena memang akun Twitter @Gerindra merupakan akun politik maka konten utamanya juga berupa konten politik. Konten politik merupakan suatu konten yang berisi mengenai mempromosikan kepentingan politik atau kepentingan sekelompok orang.



**Gambar 12.** Konten Politik  
**Sumber:** Dokumentasi Pribadi

Tak hanya itu @Gerindra juga memproduksi konten lain yaitu konten ucapan ataupun konten pengumuman. Konten ucapan dan konten pengumuman merupakan suatu konten yang berisi mengenai pengumuman suatu hal ataupun bisa berupa ucapan atas suatu hal. Sebagai partai politik yang menerapkan konsep toleransi yang tinggi,

Partai Gerindra tentunya menghormati semua agama maka dengan itu Partai Gerindra turut serta memberi ucapan pada setiap hari hari besar dan juga hari hari penting.



**Gambar 13.** Konten Pengumuman  
**Sumber:** Dokumentasi pribadi



**Gambar 14.** Konten ucapan hari penting  
**Sumber:** Dokumentasi pribadi



**Gambar 15.** Konten ucapan hari besar  
**Sumber:** Dokumentasi pribadi

Konten lain juga yang diproduksi oleh Partai Gerindra adalah konten blog. Konten blog merupakan konten yang berisi mengenai konten yang dibagikan ulang seputar berita berita mengenai Partai Gerindra.



**Sumber:** Dokumentasi pribadi

Konten lain yang diproduksi oleh Partai Gerindra adalah konten promosi yaitu suatu konten yang digunakan untuk mempromosikan suatu hal yang berkaitan dengan Partai Gerindra, misalnya promosi mengenai kader kader dari Partai Gerindra yang akan mencalonkan diri pada pemilihan umum, atau bisa juga proosi mengenai *merchandise* Partai Gerindra beserta penyantunan *link merchandise* tersebut.





**Gambar 17.** Konten Promosi  
**Sumber:** Dokumentasi pribadi

Dan konten lain yang diproduksi oleh akun Twitter Partai Gerindra dan yang paling diminati oleh akun lain adalah konten *meme*. Konten *meme* merupakan suatu konten yang berisi suatu gambar yang memiliki arti atau makna yang ingin disampaikan namun penyampaianya dengan gambar yang lucu, namun konten *meme* tak hanya sebatas gambar lucu bisa juga berupa sarkas atau bentuk kritikan terhadap suatu hal.



**Gambar 18.** Konten *meme* (Hiburan)  
**Sumber:** Dokumentasi Pribadi



**Gambar 19.** Konten *meme* (Sarkas)  
**Sumber:** Dokumentasi Pribadi

## B. Sajian data

Berdasarkan hasil penelusuran dan dokumentasi pada akun Twitter @Gerindra pada tanggal 5 Juni 2023 diperoleh sejumlah 36 interaktivitas berupa 21 *reply*, 0 *retweet*, maupun 15 *tweet* dari pengguna lain ataupun dari akun Twitter @Gerindra itu sendiri. Peneliti telah mengumpulkan data data mengenai interaktivitas yang terjadi berupa *user to user*, *user to system*, dan *user to document* dan juga media komunikasi politik adalah sebagai berikut.

Pada penelitian ini peneliti mengklasifikasikan sajian data sesuai dengan bentuk *tweet*, *retweet*, ataupun *reply*.

### 1. Sajian data tabel berdasar bentuk *tweet*

Dari data yang telah digali peneliti menemukan 15 *tweet* yang berasal dari akun Twitter @Gerindra dan juga dari pengguna lain.

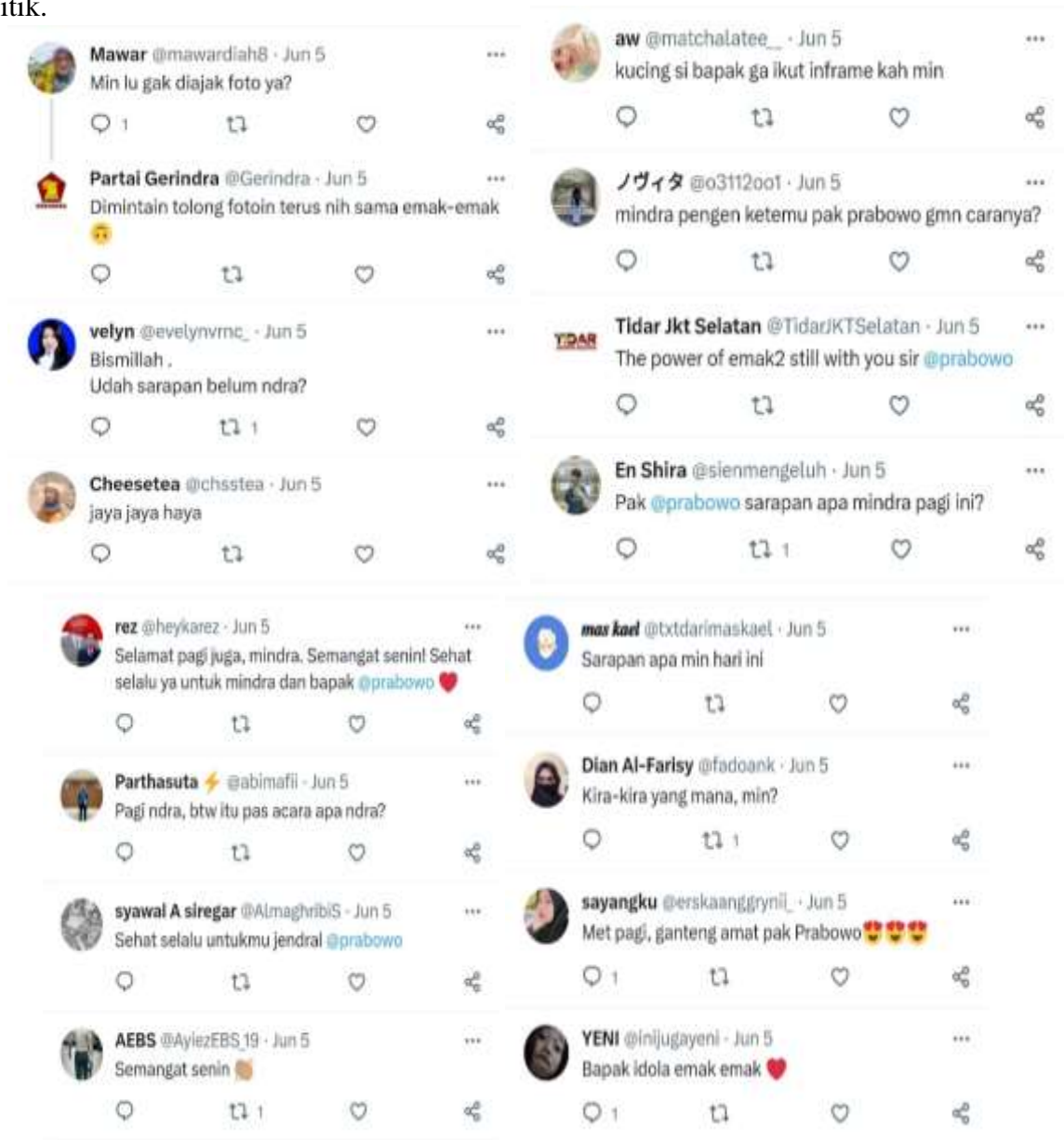


**Tabel 3.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
 <p>Partai Gerindra @Gerindra</p> <p>Selamat pagi tweeps, awali pagi yang cerah ini dengan berdoa. Selamat beraktivitas, tetap semangat dan salam #IndonesiaRaya</p> <p>Translate Tweet</p> <p>Prabowo Subianto</p>	17	10	97
<p><b>Keterangan:</b></p> <p>Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 8.10 PM dengan jumlah tayangan 4.558 @Gerindra menuliskan “Selamat pagi tweeps, awali pagimu yang cerah ini dengan berdoa. Selamat beraktivitas, tetap semangat dan salam #IndonesiaRaya”.</p>			

Dalam tweet diatas terdapat interaktivitas lanjutan berupa reply dari beberapa pengguna lain. Dari data tweet tersebut bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial

berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal tersebut menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik.



Gambar 20. Respon terhadap tweet

**Tabel 4.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	2	2	20
<p><b>Keterangan:</b></p> <p>Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 11.56 AM dengan jumlah tayangan 1.970, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari liputan6.com berupa sebuah tweet “Gerindra akan bertemu PAN siang ini, bahas peluang kerja sama pemili 2024”</p>			

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 2 reply dari @albertrealis dan @Cody14072143. Dari tweet diatas bisa diketahui bahwa tweet tersebut merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik sebagai komunikasi politik, karena @Gerindra berbagi informasi

dengan publik mengenai hubungan politiknya dengan partai lain dan hal itu juga merupakan salah satu bentuk menjaga relasi dalam politik.



**Gambar21.** Respon terhadap tweet

**Tabel 5.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
<p>Partai Gerindra @Gerindra</p> <p>Senam Pagi Kader Gerindra Rachmad Wijaya di Jati Semakin Diminati Warga</p> <p>Translate Tweet</p> <p>padek.jawapos.com Senam Pagi Kader Gerindra Rachmad Wijaya di Jati Semakin Diminati Warga</p> <p>11:56 AM · Jun 5, 2023 · 1,462 Views</p> <p>1 Retweet 8 Likes</p>	0	1	8

Keterangan:

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 11.56 AM dengan jumlah tayangan 1.462, @Gerindra menuliskan kembali berita dari padek.jawaposcom dalam bentuk suatu tweet “Senam Pagi Kader Gerindra Achmad Wijaya di Jati Semakin Diminati Warga”

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa retweet dan juga like. Dalam tweet yang telah disebutkan dapat diketahui bahwa tweet tersebut merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik yaitu sosialisai politik dan juga rekrutmen politik, karena dengan adanya kegiatan senam pagi yang diadakan oleh Partai Gerindra merupakan sarana pengenalan partai yang akhirnya diminati oleh warga sehingga membuka peluang untuuk rekrutmen politik keanggotaannya.

**Tabel 6.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	4	21

**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 juni 2023 pukul 11.57 AM yang mendapat tayangan sebanyak 1.263, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari liputan.com "Jaringan Merah Putih 08 Ungkap Alasan Dukug Prabowo Subianto Jadi Capres 2024"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa retweet dan juga like. Dalam tweet diatas bisa disebutkan bahwa tweet diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik yaitu sosialisasi politik dan juga komunikasi politik. Dengan adanya berita informasi mengenai jaringan merah putih yang memberi alasan untuk mendukung Prabowo pada capres di 2024, hal tersebut merupakan suatu contoh mengenai sosialisasi politik dan juga bentuk komunikasi politik karena @Gerindra tetap menjaga relasi politiknya dengan pihak lain.

**Tabel 7.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	2	4	25



**Keterangan:**


Tweet pada tanggal 5 juni 2023 pukul 11.59 AM yang mendapat tayangan sebanyak 1.263, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari [jatim.jpnn.com](http://jatim.jpnn.com) "Gus Fawait Beber Alasan Warga Nahdliyin Dukung Prabowo di Pilpres 2024"

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 1 reply dari @philliangga. Dalam tweet diatas bisa disebutkan bahwa tweet diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik yaitu sosialisasi politik dan juga komunikasi politik. Dengan adanya berita informasi mengenai Gus Fawait yang memberi alasan untuk mendukung Prabowo pada pilpres 2024, hal tersebut merupakan suatu contoh mengenai sosialisasi politik dan juga bentuk komunikasi politik karena @Gerindra tetap menjaga relasi politiknya dengan pihak lain.



**Gambar 22.** Respon terhadap tweet

**Tabel 8.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	1	12	29
<p>Keterangan:</p> <p>Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 12.01 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.975, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari merdeka.com "Menhan 2 Negara Adidaya Dunia Sampai Temui Prabowo, Khusus Bahas Ini"</p>			

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 1 reply dari @Trieszeguet. Dalam tweet diatas bisa disebutkan bahwa tweet diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik yaitu sosialisasi politik dan juga komunikasi politik. Dengan adanya berita informasi mengenai Menhan 2 negara adidaya menemui Prabowo, hal tersebut merupakan suatu contoh mengenai sosialisasi politik dan juga bentuk komunikasi politik karena @Gerindra tetap menjaga relasi politiknya dengan pihak lain baik dari dalam negeri



maupun luar negeri. Dari tweet yang telah disebutkan diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa sosialisasi politik karena dengan menyebarkan informasi pemberitaan mengenai Prabowo secara tidak langsung mengangkat nama Partai Gerindra.



**Gambar 23.** Respon terhadap tweet

**Tabel 9.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	1	13	27

Keterangan:

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 12.03 PM yang mendapat tayangan sebanyak 5.438, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari newsdetik.com "Dosen Paramadina Nilai Proposal Prabowo soal Konflik Ukraina-Rusia Konkret"

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 1 reply dari @Trieszeguet. Dari tweet yang telah disebutkan diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa sosialisasi politik karena dengan menyebarkan informasi pemberiaan mengenai Prabowo secara tidak langsung mengangkat nama Partai Gerindra.



**Gambar 24.** Respon terhadap tweet

**Tabel 10.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	6	25	76
<p><b>Keterangan:</b></p> <p>Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 12.04 PM yang mendapat tayangan sebanyak 4.664, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari nasional.kompas.com "Survei Indikator: Simulasi "Head to Head", Prabowo Unggul atas Ganjar dan Anies"</p>			

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 10 reply dari @PanellaSoerya, @NilaWati375469, @a\_rogansi, @JokoHar67908821, @Lexy\_berkanis, @Kamahyangan, @Virgiawan\_van, @FanterKossay, @LawakPolitikFH. Dalam tweet yang telah dipaparkan diatas bisa dikatakan bahwa tweet diatas merupakan salah satu bentuk fungsi media komunikasi politik berupa sosialisasi politik karena dengan menyebarkan informasi pemberitaan mengenai Prabowo secara tidak langsung mengangkat nama Partai Gerindra.



Gambar 25. Respon terhadap tweet

Tabel 11. Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	7	14

**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 1.18 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.737, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari nasional.okezone.com "Pidato Prabowo Dorong Dialog AS-China, Peneliti BRIN: Penting dan Menarik"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa retweet dan juga like. Dari tweet yang telah disebutkan diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa sosialisasi politik karena dengan menyebarkan informasi pemberiaan mengenai Prabowo secara tidak langsung mengangkat nama Partai Gerindra.

**Tabel 12.** Sajian Data Twitter


Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	13	31

**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 1.19 PM yang mendapat tayangan sebanyak 2.038, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari nasional.okezone.com "Gubernur Lemhannas Sebut Usul Prabowo untuk Rusia-Ukraina Menekankan Solusi Damai"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa retweet dan juga like. Dari tweet yang telah disebutkan diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa sosialisasi politik karena dengan menyebarkan informasi pemberiaan mengenai Prabowo secara tidak langsung mengangkat nama Partai Gerindra.

**Tabel 13.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	1	3	25

**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 4.09 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.717, @Gerindra menulis "Pertemuan antar petinggi Partai Gerindra dengan Partai Amanat Nasional (PAN) yang diselenggarakan di DPP PAN di Jl. Amil Buncit Raya-Jakarta Selatan, Senin, 5 Juni 2023"

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 1 reply dari @OktavianusYahyap. Dari tweet diatas bisa diketahui bahwa tweet tersebut merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik sebagai komunikasi politik, karena @Gerindra berbagi informasi dengan publik mengenai hubungan politiknya dengan partai lain dan hal itu juga merupakan salah satu bentuk menjaga relasi dalam politik.



**Gambar 26.** Respon terhadap tweet

**Tabel 14.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	6	3	16



**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 5.47 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.986, @Gerindra menuliskan "Azan Magrib telah berkumandang untuk wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya, bagi yang Muslimn mari sejenak tinggalkan aktivitas untuk menunaikan ibadah Salat Magrib. Salam #IndonesiaRaya "

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa reply dari @heykarez yang kemudian di reply kembali oleh @Gerindra sehingga menghasilkan komunikasi secara dua arah. Dari data tweet tersebut bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal tersebut menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik.



**Gambar 27.** Respon terhadap tweet



## 2. Sajian data tabel berbentuk reply


Dari data yang telah digali peneliti menemukan 7 reply yang berasal dari Twitter @Gerindra dari pengguna lain.

**Tabel 15.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	0	1
<p><b>Keterangan:</b>            Pada tanggal 5 Juni 2033 pukul 6.21 @Gerindra mereply salah satu retweet by quote dari salah satu pengguna nya @azwarsiregar. Dalam tweet nya @azwarsiregar menuliskan "Admin soleh (emoji tertawa)" yang kemudian ditanggapi oleh @Gerindra "Aamiin. (emoji bersyukur)"</p>			

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa like. Dari data tweet tersebut bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal tersebut menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik

**Tabel 16.** Sajian Data Twitter

Visual media	<i>Insight</i>		
	<i>Reply</i>	<i>Retweet</i>	<i>Like</i>
 <b>Partai Gerindra</b> @Gerindra  Habiburokhman: Usut Tuntas 11 Orang Terduga Pelaku Kasus Persetubuhan Anak di Parigi <a href="https://fraksigerindra.id/habiburokhman-...">fraksigerindra.id/habiburokhman-...</a> <a href="#">Translate Tweet</a>	2	2	10
Keterangan: Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 7.20 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.796, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari fraksigerindra.id "Habiburokhman: Usut Tuntas 11 Orang Terduga Pelaku Kasus Persetubuhan Anak di Parigi"			

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas berupa tweet lanjutan dari akun @Gerindra sendiri berupa 5 reply. Dalam data diatas bisa dikatakan bahwa tweet diatas merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa sosiaalisasi politik karena secara tidaak langsung hal tersebut mem-*branding* Paartai Gerindra sebagai partai yang peduli terkait pemberitaan pemberitaan diluar Partai Gerindra itu sendiri dan hal tersebut digunakan sebagai sarana agar Partai Gerindra lebih dikenal oleh masyarakat dan hal tersebut menjadikan peluang Partai Gerindra juga cenderung lebih besar dalam pemilihan natinya.



**Gambar 28.** Respon terhadap tweet

Tabel 17. Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
 <p><b>recehtapisayang</b> @recehtapisayang · Jun 5 Kek kenal</p> <p><b>CUMA FOTO FOTO ANAK JAMAN DULU</b></p> <p>240 377 6,209</p>	2	0	21
 <p><b>Bakso telur</b> @baksotelur_ · Jun 5 @Gerindra apa bener min foto no 1 bapak Prabowo</p> <p>2 1 20</p> <p><b>Partai Gerindra</b> @Gerindra</p> <p>7:33 PM · Jun 5, 2023 · 1,160 Views</p> <p>1 Quote 19 Likes 2 Bookmarks</p>			

**Keterangan:**

Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 7.33 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.160, @Gerindra me-reply salah satu akun yaitu @baksoteu\_ dengan menyertakan video

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 2 reply dari @biji0nta dan @grinder\_xp. Dari data tweet tersebut bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal tersebut menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik.



**Gambar 29.** Respon terhadap tweet

**Tabel 18.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	0	6
	0	0	6

**Keterangan:**

Pada tanggal 5 Juni 2023 7.34 PM @Gerindra mereply salah satu tweet dari akun @recehtapisayang "Ada, sih, tapi Admin gak berani se-berani itu buat ngeluarinnya (emoji menyatukan kedua tangan) karena disebut dalam salah satu reply yaitu akun @Afnuaaannn " @Gerindra spill foto pak prabowo yang lebih menggemaskan min."

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, namun masih terdapat interaktivitasnya dengan pengguna lain berupa like. Dari data tweet bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal itu menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik.

**Tabel 19.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	0	0	0




Keterangan:

Pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 7.57 PM @Gerindra mereply salah satu tweet dari akun @kumparan "Kamtibmas ini harusnya menjadi ranahnya kepolisian, enggak sampai ke Menhan." karena disebut dalam salah satu reply yaitu akun @DailyOutGear " @Prabowo @Gerindra coba diamankan dulu ini pak. Beribu ribu maaf sebelumnya"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, retweet dan juga like. Dalam data yang telah dilampirkan tweet tersebut merupakan salah satu bentuk fungsi media komunikasi

politik berupa pengaturan kondlik karena dalam tweet tersebut @Gerindra meluaskan pemahaman pengguna lain dengan Bahasa yang tidak menyinggung pihak manapun.

**Tabel 20.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
 <p>Partai Gerindra @Gerindra</p> <p>LHP Banyak yang Belum Ditindaklanjuti, Gus Irawan Pertanyakan Intra Kontrol pada Auditee BPK <a href="https://fraksigerindra.id/lhp-banyak-yan...">fraksigerindra.id/lhp-banyak-yan...</a></p> <p>7:58 PM · Jun 5, 2023 · 1,736 Views</p> <p>9 Likes</p>	9	0	9
<p>Keterangan:</p> <p>Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 7.58 PM yang mendapat tayangan sebanyak 1.736, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari fraksigerindra.id "LHP Banyak yang belum Ditindaklanjuti Gus Irawan Pertanyakan Intra Kontrol pada Auditee BPK"</p>			

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas berupa tweet lanjutan dari akun @Gerindra sendiri berupa 9 reply. Dari data tweet bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal itu menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik





Gambar 30. Respon terhadap tweet

Tabel 21. Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
<p><b>Kevin Chen</b> @kxachen · Jun 3 ...  <b>#SLD23</b> So Indonesian Defence Minister Prabowo Subianto just offered a proposal to end the war in Ukraine.  1) Ceasefire in place  2) Both withdraw 15 km  3) UN to send in peacekeeping forces  4) Offer referendums to disputed areas  The Q&amp;A should be interesting, to say the least.  4 17 34</p> <p><b>Kevin Chen</b> @kxachen · Jun 3 ...  Yup, a whole slew of questions for Minister Prabowo. Some pushing back against his assertion that there are two sides to every conflict, others asking about specific parts of the proposal (i.e., if Indonesia would support referendums on disputed zones in the South China Sea)  3 4 13</p> <p><b>Kevin Chen</b> @kxachen · Jun 3 ...  Minister Prabowo dismissed assertions that he is equating the invader with the invaded, saying that people in Asia and the developing world know war and just want to see the conflict end. He seemed a bit miffed at the number of questions about the proposal <b>#SLD23</b>  1 5 7</p> <p><b>Kevin Chen</b> @kxachen · Jun 3 ...  Apparently, rumour has it that Minister Prabowo had a different speech prepared by the Indonesian Foreign Ministry (Kemlu) for this morning's session, but his team changed it at the last minute **  <b>#SLD23</b>  22 57 53</p> <p><b>Natasha Aurel</b> @NastashaAurel · Jun 5 ...  @Gerindra apakah benar ?? Wkwkw kok gitu malnya sampai melangkahi lembaga lain hlo  2 1 2</p> <p><b>Simboke Sarah</b> @SimbokeSarah · Jun 5 ...  Yang kayak ini mau jadi presiden???  1 1</p> <p><b>Partai Gerindra</b> @Gerindra ...  Sumbernya ada? Jelas-jelas dia aja bilangnya rumor.  <a href="#">Translate Tweet</a></p>	0	0	9

**Keterangan:**

Pada tanggal 5 Juni 2023 8.14 PM @Gerindra mereply salah satu tweet dari akun @kxachen "Sumbernya ada? Jelas-jelas dia aja bilangny rumor" karena disebut dalam salah satu reply yaitu akun @NatashaAurel "@Gerindra apakah benar?? Wkwkw kok gitu mainnya sampai melangkahi lembaga lain hlo" dan @SimbokeSarah "Yang kayak ini mau jadi presiden???"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya baik berupa reply, retweet dan juga like. Dari data tweet bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa sosialisasi politik yaitu bagaimana @Gerindra berusaha mengenalkan partainya pada khalayak masyarakat, sehingga secara tidak langsung juga merupakan contoh dari bentuk rekrutmen politik secara tersirat karena dengan adanya pengenalan partai kepada masyarakat hal itu menarik minat para masyarakat untuk terjun ke dunia politik.

**Tabel 22.** Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
	4	16	69

**Keterangan:**


Tweet pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 8.22 PM yang mendapat tayangan sebanyak 3.441, @Gerindra menuliskan kembali sebuah berita dari fraksigerindra.id "Pak Prabowo dan Menhan AS Empat Mata Bahas Kerja Sama Pertahanan"

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas berupa tweet lanjutan dari akun @Gerindra sendiri berupa 5 reply dan juga terdapat 3 reply lain dari akun @SaefulH37014939, @kaplanmt35 dan @inijugayeni. Dari data tweet bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa artkulasi kepentingan karena tweet tersebut digunakan sebagai wadah untuk menampung aspirasi aspirasi rakyat yang nantinya dievaluasi kembali oleh Paarta Gerindra.



**Gambar 31.** Respon pada twitter

Tabel 23. Sajian Data Twitter

Visual media	Insight		
	Reply	Retweet	Like
 <p><b>DPP PAN</b> @Official_PAN · Jun 5</p> <p>Prabowo - Erick? Setuju???</p> <p>Wets sabar, tenang, para pendukung jangan dulu berapi-api. Ini baru obrolan yang diusung masing-masing dari @Gerindra dan PAN. Hasilnya? Tunggu hasil obrolan selanjutnya, kita pasti akan memberikan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia. ❤️</p> <p>1:30</p> <p>10 replies, 2 retweets, 9 likes</p> <p><b>Partai Gerindra</b> @Gerindra</p> <p>9:05 PM · Jun 5, 2023 · 171 Views</p>	0	0	0

**Keterangan:**

Pada tanggal 5 Juni 2023 pukul 9.05 PM @Gerindra mereply salah satu tweet dari akun @Official\_PAN dengan "emoji muka dengan tangan di mulut" karena disebut dalam salah satu tweetnya "Prabowo - Erick? Setuju??? Wets sabar, tenang, para pendukung jangan dulu berapi-api. Ini baru obrolan yang diusung masing-masing dari @Gerindra dan PAN. Hasilnya? Tunggu hasil obrolan selanjutnya, kita pasti akan memberikan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia (emoji hati berwarna biru)"

Dalam tweet tersebut tidak terdapat terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya berupa reply, retweet dan juga like. Dari tweet diatas bisa diketahui bahwa tweet tersebut merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi politik sebagai komunikasi politik, karena @Gerindra berbagi informasi dengan publik mengenai hubungan politiknya denngan partai lain dan hal itu juga merupakan salah satu bentuk menjaga relasi dalam politik.

**Tabel 24.** Sajian Data Twitter

Visual media	<i>Insight</i>		
	<i>Reply</i>	<i>Retweet</i>	<i>Like</i>

	0	0	0
--	---	---	---

**Keterangan:**

Pada tanggal 5 Juni 2023 9.48 PM @Gerindra mereply salah satu tweet dari akun @RajaJuliAntoni dengan kalimat "Kalau Admin mah nurut arahan pimpinan aja, Mas (emoji muka dengan tangan di mulut)" karena disebut dalam salah satu tweet "Asylyiiikkkk. Bakal koalisi lagi nih dengan @Gerindra dukung Mas @kaesangp di Depok. Dulu @psi\_id koalisi dengan @Gerindra dukung Mbak @RahayuSaraswati di Tangsel. Waktu itu kompak banget kerjasama. Kita ulangi lagi? (emoji muka tersenyum dengan mata tersenyum)

Dalam tweet tersebut terdapat interaktivitas akun @Gerindra dengan akun lainnya yaitu berupa 4 reply dari akun @RajaJuliAntoni, @psi\_id, @Uki23, dan @SFatliza. Dari data tweet bisa diketahui bahwa tweet tersebut mengandung suatu

informasi yang juga bisa masuk kedalam bentuk fungsi media sosial berupa artkulasi kepentingan karena tweet tersebut digunakan sebagai wadah untuk menampung aspirasi aspirasi rakyat yang nantinya dievaluasi kembali oleh Paarta Gerindra. Tah hanya itu tweet twrsebut juga merupakan bentuk dari fungsi media komunikasi politik berupa komunikasi politik karena @Gerindra tetap menjaga relasi politiknya dengan pihak lain.



**Gambar 32.** Respon terhadap tweet

### C. Analisis Sajian Data

Berdasarkan data yang telah dipaparkan analisis dalam penelitian ini menggunakan konsep analisis interaktivitas Sally J dan Mc Millan, yaitu membagi bentuk interaktivitas menjadi tiga yaitu *user to system*, *user to user*, dan *user to document*. Kemudian peneliti mem bagi data yang telah diperoleh ke dalam tiga bentuk dari interaktivitas.



### 1. *User to System*

*User to system* merupakan bentuk interaktivitas yang terjadi antara pengguna dengan sistem, seperti mengunduh ataupun menuju web tertentu dengan *link*. Media sosial biasa digunakan oleh berbagai lembaga partai untuk membagikan berbagai kegiatan atau pemberitaan mengenai partainya, hal ini juga dilakukan oleh Partai Gerindra untuk membagikan ulang berita yang berkaitan dengan Gerindra. Berdasar data yang telah diamati ditemukan interaktivitas dengan bentuk *user to system* yaitu pada tabel 4 pukul 11.56 AM, tabel 5 pukul 11.56 AM, tabel 6 pukul 11.57 AM, tabel 7 pukul 11.59 AM, tabel 8 pukul 12.-01 PM, tabel 9 pukul 12.03 PM, tabel 10 pukul 12.04 PM, tabel 11 pukul 1.18 PM, tabel 12 pukul 1.19 PM, tabel 13 pukul 4.09 PM, tabel 16 pukul 7.20 PM, tabel 20 pukul 7.50 PM, tabel 22 pukul 8.22 PM. Contohnya pada postingan akun media sosial Twitter @Gerindra 5 Juni 2023 telah disebutkan dalam tabel 4 pada pukul 11.56 AM @Gerindra menyertakan link berita dari @liputan6 dengan topik pembahasan “Gerindra Akan Bertemu PAN Siang Ini, Bahas Peluang Kerja Sama Pemilu 2023” @Gerindra menyertakan link berita agar memudahkan pembaca langsung masuk kedalam portal lain dengan sekali klik.

### 2. *User to User*

Konsep interaktivitas *user to user* berfokus pada komunikasi antar pengguna atau biasa disebut dengan komunikasi dua arah atau komunikasi

interpersonal. Pada interaksi ini dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dipermudah karena dirasa tidak terbatas waktu maupun jarak dengan adanya teknologi internet. Dalam konsep interaktivitas *user to user* dikatakan bahwa para pengguna bisa merubah peran komunikasi yaitu mampu bergantian menjadi pengirim atau penerima pesan. Berdasar temuan data konsep interaktivitas *user to user* juga bisa ditemukan pada akun media sosial Twitter @Gerindra dalam *tweet* tanggal 5 Juni 2023 antara lain pada tabel 3 pukul 10.57 AM, tabel 14 pukul 5.47 PM, tabel 15 pukul 6.21 PM, tabel 17 pukul 5.47 PM, tabel 18 pukul 7.34 PM, tabel 19 pukul 7.657 PM, tabel 21 pukul 8.14 PM, tabel 23 pukul 9.05 PM, tabel 24 pukul 9.48 PM. Sebagai contoh dalam tabel 3 @Gerindra menuliskan postingan “Selamat pagi tweeps, awali pagi yang cerah ini dengan berdoa. Selamat beraktivitas, tetap semangat dan salam #IndonesiaRaya” dalam postingan tersebut terdapat beberapa *tweet* balasan dari para pengguna dan hal tersebut merubakan suatu bentuk interaksi secara dua arah dengan pengguna lain.

### 3. *User to Document*

Interaktivitas *user to document* merupakan bentuk interaktivitas dengan menyertakan dokumen pendukung misalnya foto, video, maupun media lainnya. Konsep interaktivitas ini juga melibatkan proses membagikan ulang ini maupun media sehingga menjadi konten baru dengan tetap memposting tanpa mengbah ataupun dengan menambahkan informasi maupun pesan

tersebut. Berdasar data yang telah diamati menghasilkan beberapa temuan berupa bentuk konsep interaktivitas *user to document* dalam akun Twitter @Gerindra adalah *tweet* tanggal 5 Juni 2023 yaitu pada tabel 3 yaitu *tweet* pada pukul 8.10 PM dan pada tabel 17 yaitu *tweet* pada pukul 5.47 PM. Sebagai contoh dalam table 3 yang telah disampaikan @Gerindra menyertakan dokumen dalam *tweet*nya baik berupa foto maupun video. Sebagai contoh dalam tabel 3 @Gerindra menuliskan postingan “Selamat pagi tweeps, awali pagi yang cerah ini dengan berdoa. Selamat beraktivitas, tetap semangat dan salam #IndonesiaRaya” dalam postingan tersebut @Gerindra menyertakan foto dalam postingannya dan hal tersebut merupakan bentuk interaktivitas *user to document*.

#### 4. Media Komunikasi Politik

Komunikasi politik tidak hanya menyangkut mengenai partai politik, melainkan juga lembaga lembaga pemerintah lainnya. Dengan demikian komunikasi politik merupakan suatu ilmu yang dapat memberi informasi seputar hal hal yang mengandung politik. Menurut Miriam Budiarjo dalam bukunya “dasar dasar ilmu politik” bahwa politik “merupakan suatu kelompok merupakan suatu kelompok yang terorganisasi yang anggota- anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan yang dimaksud dalam pengertian ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik atau merebut kedudukan politik secara

konstitusional untuk melaksanakan kebijakan umum" pendapatnya ditunjang oleh Carl J. Friedrich bahwa politik merupakan "sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini, memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil serta materiil.

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat disimpulkan bahwa Partai politik merupakan organisasi politik yang memiliki ideologi dan cita-cita tertentu yang ingin diraih secara bersama-sama dan memiliki tujuan untuk merebut dan atau mempertahankan kekuasaan dengan cara bersaing dalam pemilu untuk menduduki jabatan-jabatan publik. Partai politik merupakan keharusan dalam kehidupan politik modern yang demokratis. Sebagai suatu organisasi, partai politik secara ideal dimaksudkan untuk mengaktifkan dan memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberikan kompromi bagi pendapat yang saling bersaing, serta menyediakan sarana suksesi kepemimpinan politik secara absah (legitimate) (Miriam, 2008).

Dalam komunikasi politik tentunya membutuhkan adanya sarana ataupun media komunikasi politik. Media merupakan aspek yang penting dalam politik, media tidak hanya menyampaikan pesan pesan organisasi politik kepada masyarakat melainkan media dapat mengubahnya dengan berbagai pemberian maupun interpretasi, dengan kata lain media memiliki

peranan yang sangat penting dalam komunikasi politik. Media komunikasi politik merupakan suatu alat yang digunakan para komunikator politik dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Di zaman modern ini internet kini digunakan sebagai media komunikasi politik.

Tak terkecuali Partai Gerindra yang juga menggunakan media sosial sebagai sarana berpolitiknya. Partai Gerindra memilih Twitter sebagai salah satu media komunikasi politiknya karena dirasa Twitter memiliki para pengguna yang cenderung berpikir kritis. Penggunaan akun media sosial Twitter digunakan untuk mengolah dan menampung aspirasi politik yang berasal dari publik yang kemudian menjadi evaluasi maupun sebagai suatu produk kebijakan yang nantinya produk kebijakan tersebut diserahkan kepada infrastruktur politik. Dalam sistem politik terbuka setiap partai saling berkompetisi untuk saling memberikan pengaruh yang kuat bagi masyarakat agar menuai banyak suara saat pemilihan umum berlangsung. Secara tidak langsung Twitter juga digunakan sebagai sarana kampanye dengan sasaran anak muda yang dirasa generasi emas yang mudah untuk dimasuki politik melalui penyampaian yang santai dengan media sosial Twitter.

Menurut Miriam Budiarjo media komunikasi politik bisa terbagi menjadi beberapa fungsi antara lain:

1. Komunikasi politik

Tentunya hal ini menjadi hal yang paling penting karena arus informasi apapun dalam negara yang bersifat dua arah yang artinya berjalan naik dan turun dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas tentunya membutuhkan peran partai politik didalamnya sebagai jembatan untuk pemerintah dan yang diperintah, tentunya hal ini tak lepas dari penggunaan media sosial yang digunakan sebagai sarana utama untuk berbagi informasi apapun sehingga hal tersebut juga dilakukan oleh Partai Gerindra salah satunya dengan akun media sosial Twitter. Salah satu contohnya dalam postingan pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 11.56 PM yang telah disajikan pada tabel 4 merupakan salah satu bentuk dari fungsi media komunikasi yaitu komunikasi politik, dengan memaparkan berita mengenai menjaga relasi dengan Partai Politik PAN dan hal tersebut merupakan contoh bentuk komunikasi politik antar partai politik.

## 2 Artikulasi kepentingan

Dalam suatu masyarakat yang luas jangkauan wilayahnya pendapat dan aspirasi dari seseorang ataupun sekelompok orang akan hilang begitu saja jika tidak disalurkan, hal itu digagas juga oleh Partai Gerindra maka dengan adanya media sosial Twitter Partai Gerindra memanfaatkannya untuk sarana menampung aspirasi dari masyarakat sehingga nantinya bisa diolah, dirumuskan dan bahkan disalurkan kepada pihak yang lebih berwenang di atasnya. Contohnya seperti pada tabel 24 yaitu interaktivitas dalam bentuk reply pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 9.48 PM @Gerindra

membalas mention dari salah satu akun yang membahas mengenai koalisinya dengan Partai Politik PSI., pada postingan tersebut @Gerindra menampung aspirasi dari masyarakat yang nantinya akan disalurkan kepada pihak yang lebih berwenang.

### 3. Sosialisasi politik

Sosialisasi politik merupakan salah satu proses dimana seseorang memperoleh pandangan, orientasi, dan penilaian dari masyarakat, proses sosialisasi politik juga mencakup proses masyarakat mewariskan norma norma dan nilai nilai dari satu generasi ke generasi selanjutnya terhadap suatu kelompok atau golongan. Pemanfaatan media sosial Twitter dilakukan oleh Partai Gerindra sebagai sarana sosialisasi politik dimana agar masyarakat bisa mengenal, menilai, dan memberi opini terkait politik Partai Gerindra, hal tersebut nantinya digunakan sebagai sarana evaluasi untuk Partai Gerindra dan untuk pihak berwenang di atasnya. Salah satu contohnya pada tabel 18 yaitu interaktivitas pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 7.34 PM yaitu mengenai interaktivitasnya dengan pengguna lain mengenai foto bapak Prabowo Subianto. Dalam tweetnya @Gerindra membranding dirinya dengan sosialisasi politik pendekatan pada masyarakat. Hal tersebut yang nantinya menjadikan masyarakat mengenal, menilai dan memberi opini terkait Partai Politik Partai Politik.

### 4. Rekrutmen politik

Rekrutmen politik sendiri adalah proses dimana partai politik mencari anggota baru dengan mengajak orang yang memiliki minat juga berbakat dalam hal berpolitik untuk ikut serta berpartisipasi dalam proses politik. Hal ini tentunya juga dilakukan oleh Partai Gerindra, Partai Gerindra juga melakukan rekrutmen politik salah satunya melalui media sosial Twitter, Partai Gerindra menyebarkan informasi menarik seputar proses politik Partai Gerindra dengan harapan banyak generasi muda yang tertarik untuk terjun ke dalam dunia politik. Salah satu contohnya adalah temuan pada tabel 22 yaitu pada tanggal 5 Juni 2023 pada pukul 8.22 PM @Gerindra memposting berita mengenai “Prabowo dan Menhan AS Empat Mata Bahas Kerja Sama Pertahanan” hal tersebut merupakan salah satu bentuk rekrutmen politik yaitu menarik minat generasi muda untuk terjun dalam partai politik.

##### 5. Pengatur konflik

Dalam negara demokratis wajar adanya perbedaan pendapat antara satu orang dengan yang lainnya tak terkecuali antara pendukung dan juga non pendukung dari Partai Gerindra. Perbedaan perbedaan pendapat inilah kemudian disatukan dan difasilitasi dalam satu wadah salah satunya media sosial Twitter yang bisa digunakan sebagai sarana saling mengeluarkan pendapatnya, peran Partai Gerindra disini adalah berusaha menengahi dan memberi himbuan terkait perbedaan perbedaan yang terjadi dengan jalan



tengah yang damai. Salah satu contohnya adalah pada temuan data tanggal 5 Juni 2023 pukul 7.58 PM @Gerindra menjawab aatau menengahi konflik perkara huru hara permasalahan jogja pada 4 Juni 2023, hal tersebut merupakan salah satu bentuk dari pengaturan konflik dengan jalur damai.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penyajian data yang penulis peroleh dan analisis dengan teori interaktivitas dengan *pembagian user to user, user to system, user to document* maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam interaktivitas akun Twitter @Gerindra pada tanggal 5 Juni 2023 @Gerindra melakukan interaktivitas sebanyak 36 interaktivitas berupa 21 *reply*, 0 *retweet*, maupun 15 *tweet* baik dari akun pengguna lain atau dari akun Twitter @Gerindra sendiri.

Dilihat dari tingkat interaktivitasnya akun Twitter @Gerindra berhasil menarik minat generasi muda dengan cara membaur dengan konten konten politiknya yang cenderung tidak kaku sehingga menjadikan akun Twitter @Gerindra *ter-notice* oleh para pengguna lain, tak hanya itu akun Twitter @Gerindra juga membangun relasi dengan berinteraksi dengan akun akun politik lain dan akun besar yang sudah terverifikasi.

Dilihat dari interaktivitasnya juga akun Twitter @Gerindra dalam tweet tweetnya mewakili beberapa bentuk fungsi media komunikasi politik antara lain komunikasi politik, artikulasi kepentingan, sosialisasi politik, rekrutmen politik, dan juga pengatur konflik. Beberapa tweet dari @Gerindra menarik minat generasi muda yang bisa dilihat dari seberapa banyak tayangan dari tweet tersebut.

Meskipun dikalangan generasi muda akun Twitter @Gerindra dikenal sebagai akun partai politik yang dikenal dengan komedinya hiburannya dan politiknya yang tidak kaku namun akun Twitter @Gerindra tidak semata mata melupakan tugas utamanya menjadi akun media sosial partai politik sebagai media komunikasi politik dengan cara tetap memposting kegiatan ataupun berita yang berkaitan dengan Partai Gerindra, membagikan poster poster kampanye kadernya dan dengan cara tetep menjaga relasi interaktivitasnya dengan akun akun politik lainnya.

#### **B. Keterbatasan penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna, tentunya terdapat kekurangan, keterbatasan serta kelemahan. Peneliti merasa hal itu penting terjadi karena sebagai pembelajaran peneliti dan penelitian lainnya. Dalam hal ini peneliti akan memaparkan kekurangan, keterbatasan dalam penelitian ini.

Pertama, kendala karena beberapa buku referensi utama tidak bisa diakses di perpustakaan kampus sehingga harus mengakses secara online yang *file* nya tidak utuh, untuk itu penulis merasa dalam pengumpulan referensi dirasa kurang maksimal.

Kedua, kendala teknis pada pengambilan sajian data yang secara tidak langsung peneliti merasa penelitian ini kurang maksimal. Karena harus menelusuri satu persatu sesuai tanggal yang ditentukan sementara itu

interaktivitas tiap jam nya selalu bertambah sehingga penulis harus kembali *scroll* dari atas.

Ketiga, akibat dari keterbatasan berbagai factor dari penulis sendiri maka penelitian ini masih banyak kekurangannya, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

Mengenai bentuk interaktivitas sebaaiknyaa akun Twitter @Gerindra tetap mempertahankan interaktivitasnya sebagai salah satu sarana untuk tetap menjaga relasi dengan akun politik lain dan dengan akun pengguna pendukung Partai Gerindra lainnya. Lalu selanjutnya sebaiknya admin dari akun Twitter @Gerindra menghimbau untuk para pengguna yang berkomentar dengan tanggapan yang kurang sopan untuk lebih bijak lagi dalam berrkomentar agar proses interaksi dapat berjalan dengan baik. Peneliti juga menyarankan agar @Gerindra menambah konten edukasi seputuar dunia politik agar anak muda tidak merasa taku ketika hendak masuk ke dalam dunia politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2013). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif 1*. 1998, 1–11.
- Angkawijaya, M. (2017). *Penerimaan Masyarakat Terhadap Kritik Sosial dalam Video Speech Composing Karya Eka Gustiwana di Youtube*. 1995, 9–23.
- Dara, R. S. (2014). *Komunikasi Interaktif Pada Pemerintah Daerah*.
- Denis, M. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (P. Iva (ed.); edisi 6). Salemba Humanika.
- Dimas, B. (2021). *Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar*. 18 Februari. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>
- Fahmi. (2022). *Pengertian Twitter, Sejarah, Fitur, Manfaatnya*. Idmetafora.Com. <https://idmetafora.com/news/read/1211/Pengertian-Twitter-Sejarah-Fitur-Manfaatnya.html>
- Faridhian, A. (2013). *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*. 8.
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye sebagai Komunikasi Politik : Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. 1(1), 5–16.
- Gerindra. (n.d.). *Profil Partai Gerindra*. <https://gerindra.id/>
- Hasfi, N., Usman, S., & Santosa, H. P. (2017). Representasi Kepemimpinan Calon Presiden Di Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 270–284.
- Ilmu, F., Universitas, K., & Jakarta, T. (2016). *Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan*. 1, 379–398.
- Indrawan, J. (2019). Cyberpolitics Sebagai Perspektif Baru Memahami Politik di Era Siber [Cyberpolitics as A New Perspective in Understanding Politics in The Cyber Era]. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan*

- Hubungan Internasional*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.22212/jp.v10i1.1315>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (n.d.). *Kehadiran Media Baru ( New Media ) Dalam Proses Komunikasi Politik Studi Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jakarta ; 2 Program Studi Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara ( STIP-AN )*. 8, 1–17.
- Ivan, M. (2022). *Pengguna Internet Dunia Capai 4,95 Miliar pada Januari 2022*. 3 Februari. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-dunia-capai-495-miliar-pada-januari-2022>
- Juditha, C., Boer, K. M., Sadasri, M. L., Nurdiarti, R. P., Kusumawardhani, A., Lestari, R. D., Ayun, A. W. P. Q., Dwiana, R., Nastain, M., & Haryadi, S. D. (n.d.). *New Media & Komunikasi Politik*.
- Kamadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022*. 8 April. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- Laras Arlina Satiti Mugi, Triyono Lukmantoro, A. N. (n.d.). *Interaktivitas Dalam Cuitan Akun Twitter Partai Politik @Gerindra Pada Kasus Pemerkosaan “Semua Kembali Lagi Pada Keluarga Korban.”*  
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Liberty Jemadu, D. P. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. 23 Februari.  
<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>
- Lister Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Lain Grant, K. K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (P. MBTI (ed.)). Routledge.
- Maharani, D. (2020). *Pengaruh terpaan video beauty vlogger Rachel Goddard*

*terhadap perilaku imitasi mempercantik diri.*

Mayfield, A. (2008). What Is Social Media? *Icrossing*, 1–36.

[http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>

Miriam, B. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.

Petra, U. (2021). *Bahan Ajar Mahasiswa Prodi Ilmu Politik*. Universitas Petra.

Putra, A. . (2017). Penggunaan New Media Sebagai Sarana Kampanye Politik Pada Kontestasi Pilkada Jabar 2018. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(02), 5. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/3805/1982>

Putri, R. J. (2017). *Interaktivitas akun Instagram @satgascovid19.id sebagai media komunikasi kebencanaan di Indonesia*. 5–17.

Rara, I. (2016). *MENGENAI PARENTING ISLAMIS DALAM AKUN @ ARKHAIRAN*.

Rizaty, M. A. (2022). *Beradu di Media Sosial, Siapa Partai dengan Followers Terbanyak?* 11 Agustus. <https://dataindonesia.id/digital/detail/beradu-di-media-sosial-siapa-partai-dengan-followers-terbanyak>

Rohendi Rohidi, T. (2020). *Analisis data kualitatif*. Universitas Indonesia.

Rulli, N. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Kedua). Prenada Media.

Rusdiana, J. (2014). *Facebook , Kampanye Pemilihan dan Ruang Publik*. Satya Wacana University Press Salatiga.

Sujoko, A., Habbodin, M., & Afala, L. O. M. (2020). *Media dan Dinamika*

*Demokrasi* (1st ed.). Prenada Media.

Surbakti, R., Herfan, D., & Fajar, A. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. PT. Grasindo.

Sutanto, A. J., & Christie, A. (2016). *Bab ii kerangka pemikiran 2.1*. 10–32.