



PEMANFAATAN TWITTER SEBAGAI MEDIA DARING KOMUNIKASI  
POLITIK PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA

Oleh

Muhammad Rafly<sup>1</sup>, Shanti Iriani<sup>2</sup>, Azwin Nugraha<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, LSPR Institute of Communication &  
Business, Jakarta, Indonesia  
e-mail: <sup>1\*</sup>[m.rafly@lspr.edu](mailto:m.rafly@lspr.edu)

**Abstrak**

Kehadiran media sosial Twitter membuat aktivitas komunikasi politik menjadi semakin ramai dan aktif. Karakteristik khas yang dimiliki Twitter sebagai media sosial dapat mempermudah manusia untuk melakukan aktifitas Komunikasi dan berbagi informasi. Hal tersebut yang dimanfaatkan Partai Solidaritas Indonesia dalam penggunaan Twitter sebagai media komunikasi politiknya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam semistruktur. Teori yang digunakan adalah teori media sosial dari Nasrullah dan CMC untuk melihat pemanfaatan Twitter sebagai media komunikasi politik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Partai Solidaritas Indonesia menggunakan Twitter untuk melakukan interaksi kepada pemilih potensialnya yaitu generasi muda milenial. Pemanfaatan yang dilakukan melalui Twitter salah satunya melalui kampanye media sosial dengan menggunakan fasilitas tagar (hashtag) pada Twitter. Twitter memiliki peran penting dalam menyatukan dan membuat aktif generasi muda milenial untuk membahas isu politik. Hambatan yang dialami Partai Solidaritas Indonesia dalam penggunaan Twitter sebagai media komunikasi politik adalah tidak adanya kontrol dan aturan terkait pelanggaran pengguna mengenai isi konten di Twitter. Masalah pesatnya perkembangan media sosial lain juga menjadikan keterbatasan pemanfaatan Twitter untuk kedepannya sebagai media komunikasi politik.

**Kata Kunci:** Twitter, Komunikasi Politik, Media Sosial, Partai Solidaritas Indonesia

**PENDAHULUAN**

Saat ini komunikasi politik begitu ramai dan berkembang pesat. Terlebih setelah adanya media sosial yang merupakan bagian dari produk media baru (*new media*) yang membuat penyampaian informasi dalam komunikasi menjadi cepat dan seolah menghiraukan adanya kerbatasan waktu dan perbedaan geografis. Media sosial merupakan sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk menunjukkan eksistensi diri, berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi serta berinteraksi dengan pengguna lain yang nantinya akan membentuk suatu ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017, p.11).

Aktivitas komunikasi politik melalui media sosial salah satu contohnya dilakukan

oleh Partai Solidaritas Indonesia. Salah satu bagian dari infrastruktur politik tersebut, saat ini sedang gencar dalam melakukan penyampaian pesan komunikasi politik melalui pemanfaatan media sosial yaitu Twitter. Partai Solidaritas Indonesia atau yang sering disebut dengan PSI memiliki akun Twitter aktif yang bernama @psi\_id. Akun Twitter organisasi politik tersebut mulai aktif sejak bulan Maret tahun 2015. Dalam delapan tahun keberadaannya, akun @psi\_id saat ini per tanggal 2 Oktober 2023 telah memiliki pengikut sebanyak 164.4 ribu akun, mengikuti 944 akun serta telah menghasilkan unggahan (*tweet*) sebanyak 42.9 ribu kali.



Namun tidak selalu mudah bagi partai baru untuk dapat bertanding dalam ajang politik baik di Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), Pemilihan Anggota Legislatif (Pileg), maupun Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres). Hal tersebut dikarenakan masih banyaknya partai politik senior yang memiliki pendukung loyal. Loyalitas para pendukung partai politik tersebut yang membuat beberapa raksasa partai politik masih dapat bertahan hingga saat ini.

**Tabel 1. Rekapitulasi Suara Pemilu Legislatif**

Tabel 1. Rekapitulasi Suara Pemilu Legislatif

| Pemilu | Golkar | PDIP | PPP | PKB | PKS | Demokrat | PAN |
|--------|--------|------|-----|-----|-----|----------|-----|
| 2004   | 128    | 109  | 58  | 52  | 45  | 57       | 52  |
| 2009   | 108    | 93   | 39  | 30  | 59  | 148      | 42  |
| 2014   | 91     | 109  | 39  | 47  | 40  | 61       | 49  |

Sumber : Cangara, 2016, p.208

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh Partai Solidaritas Indonesia adalah adanya fakta kesadaran pemilih muda yang semakin cerdas dan kritis dalam memilih kandidat politik yang artinya tidak mudah untuk merangkul dan menarik kalangan muda agar ikut terlibat dalam partisipasi politik. Menurut Guru Besar Ilmu Politik Universitas Airlangga Ramlan Surbakti salah satu penyebab meningkatnya antisiasme kalangan muda dalam partisipasi politik seperti pemilu adalah karena dipengaruhi keyakinan bahwa pemilu dapat mengatasi persoalan-persoalan kronis bangsa (Kompas, 2014, Agustus 8).

Twitter dalam dunia politik dikarenakan media sosial tersebut dapat menciptakan hubungan dekat antara politisi dengan konstituennya sehingga meleburkan jarak (*distance*) yang ada (Fatanti, 2014, p.22). Sehingga para aktor politik, lembaga politik, portal berita politik dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan dan informasi politiknya.

## LANDASAN TEORI Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut McQuail dalam (Pawito, 2009, p.2) mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan “*all processes of information (including facts, opinions, beliefs, etc.) transmission, exchange and search engaged in by participants in the course of institutionalized political activities*”. Dalam pendapatnya tersebut McQuail menjelaskan bahwa komunikasi politik mencakup semua aktivitas proses penyampaian pesan informasi termasuk fakta, pendapat, serta keyakinan-keyakinan yang semua itu dilakukan oleh partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga. Mengenai pendapatnya tersebut secara implisit McQuail menyebutkan keberadaan dan fungsi dari lembaga dan sistem politik.

Komunikasi politik juga didefinisikan menurut Denton dan Woodward dalam (McNair, 2011, p.3) yaitu “*pure discussion about the allocation of public resources (revenues), official authority who is given the power to make legal, legislative and executive decision), and official sanctions (what the state rewards or punishes).*”

Definisi diatas menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan suatu diskusi atau pembahasan murni mengenai sumber daya publik (pendapatan, pajak atau penghasilan) yang memiliki nilai, otoritas pemerintah pihak yang diberikan kekuasaan untuk merancang, membuat dan menjalankan hukum dan keputusan, serta diskusi mengenai sanksi-sanksi pemerintah penghargaan atau hukuman dari negara yang artinya dalam hal ini komunikasi politik memiliki hubungan yang erat dengan kebijakan publik dan hal yang mempengaruhi kehidupan masyarakat di dalamnya yang dalam hal tersebut lebih mengutamakan interaksi antara negara dengan rakyat atau publik.

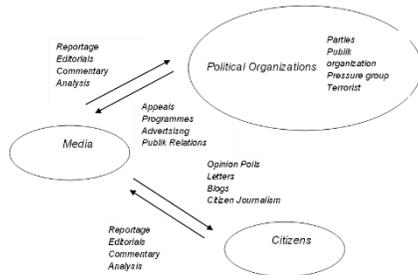
### Elemen dan Proses Komunikasi Politik

Ahli ilmu komunikasi politik Brian McNair menyatakan bahwa terdapat tiga elemen penting yaitu organisasi politik, media, dan masyarakat. dalam keberlangsungan



komunikasi politik sehingga melahirkan dan merealisasikan tindakan politik (McNair, 2011, p. 6).

**Gambar 1. Bagan Elemen Komunikasi Politik, dari McNair, 2011, p.6.**

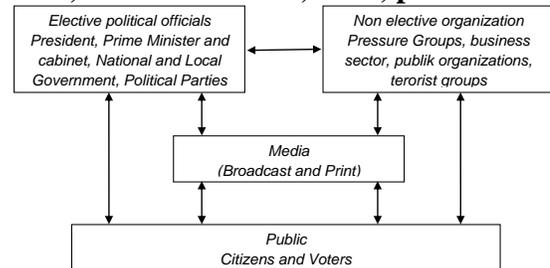


Dalam bagan elemen komunikasi tersebut McNair menjelaskan bahwa sistem politik dapat berjalan hingga memberikan manfaat untuk masyarakat melalui suatu siklus. Siklus tersebut terdiri dari elemen seperti organisasi politik seperti partai, organisasi masyarakat, kelompok penekan, teroris yang kemudian menyampaikan pesan politiknya kepada masyarakat luas dalam bentuk iklan, hubungan masyarakat. Begitupun media yang akan memberikan respon kepada organisasi politik tersebut melalui tayangan maupun program reportase, editorial, komentar maupun analisisnya yang nantinya semua itu juga akan ditayangkan kepada khalayak atau masyarakat luas. Sedangkan masyarakat dapat memberikan respon mengenai tayangan dari media terkait apa yang dilakukan oleh organisasi politik. Respon masyarakat tersebut seperti menulis tanggapan melalui surat, blog, polling opini dan juga *citizen journalism*.

Proses komunikasi politik pada pengaplikasiannya komunikasi politik dapat berjalan dengan seefektif mungkin jika adanya kesetaraan unsur-unsur dalam komunikasi tersebut. Dengan demikian, menurut (Pureklolon, 2016, p.11) proses komunikasi politik adalah dimana semua unsur-unsur komunikasi saling berkaitan sehingga membentuk suatu makna atau maksud. Dalam hal ini suatu organisasi politik yang sah seperti pemerintahan yang sah, presiden, lembaga

politik negara (DPR dan MPR) harus melakukan komunikasi yang efektif secara dua arah kepada organisasi politik yang tidak terpilih atau berseberangan seperti kelompok oposisi, organisasi masyarakat bahkan hingga teroris. Bukan hanya sampai di sana, hubungan dua arah juga harus dihubungkan kepada unsur lain seperti media dan publik begitu juga setiap unsur yang terdapat pada bagan diatas yang saling berkaitan melakukan komunikasi sehingga terbentuk proses komunikasi politik yang efektif.

**Gambar 2. Bagan Level Komunikasi Politik, dari Pureklolon, 2016, p.11.**



### Partai Politik

Definisi lainnya mengenai partai politik dikemukakan oleh Ranney (dalam Cangara, 2016, p.168) yang menyatakan bahwa, “a political party is an organization that sponsors candidates for political office under the organization’s name.” Definisi dari Ranney tersebut sekaligus menjelaskan secara eksplisit bahwa partai politik memiliki peran penting dalam kesuksesan seorang kandidat yang dalam hal ini misalnya calon legislatif untuk menjadi anggota dari lembaga legislatif (DPR, MPR, DPD). Peran partai politik tersebut adalah berupa adanya dukungan suara dari pada loyalitas partai kepada calon legislatif yang diusung partai politik tersebut.

Sama seperti organisasi masyarakat atau lembaga lainnya, partai politik pun memiliki empat prinsip dasar sebagai fungsinya seperti yang dikatakan oleh (Budiardjo, 2017, p. 163) yaitu prinsip partai sebagai koalisi sebagai sarana komunikasi politik yang memiliki arti bahwa partai sebagai media dalam penyaluran aspirasi masyarakat serta mengatur



aspirasi tersebut untuk mengurangi kesalahpahaman. Fungsi yang kedua adalah sebagai sarana sosialisasi politik dimana setiap partai politik perlu menciptakan “*image*” kepada masyarakat bahwa mereka memperjuangkan kepentingan umum dalam setiap kampanye. Oleh karenanya partai politik biasa melakukan proses pengkaderan, penataran ataupun pendidikan politik bagi anggotanya.

Sarana rekrutmen politik adalah fungsi partai politik yang ketiga dimana partai politik berusaha untuk mengajak orang lain agar menjadi anggotanya. Dengan demikian partai politik juga turut memperluas aktivitas partisipasi politik. Fungsi yang terakhir adalah partai sebagai sarana pengatur konflik yang memiliki arti partai politik berperan penting dan aktif untuk mengatasi segala konflik yang terjadi dalam proses dan kegiatan nilai-nilai demokrasi.

### Twitter

Twitter merupakan salah satu jenis media sosial yang paling populer di Indonesia. Twitter adalah jejaring sosial yang termasuk ke dalam jenis *microblogging* yang ditujukan untuk berbagi informasi atau cuitan (*tweet*) secara ringkas (Sulianta, 2015, p.124). Dikategorikan sebagai bagian dari *microblogging* dikarenakan Twitter memiliki keterbatasan karakter yakni hanya 280 kata dalam setiap pengiriman pesan atau cuitan-nya (*tweet*) termasuk tanda baca dan juga spasi. Pada dasarnya Twitter merupakan layanan pesan yang digunakan untuk menulis dan mengirimkan pesan kapan saja, dimana saja dan dapat dibaca oleh siapa saja.

Menurut Williams Eva dan Battlle John dalam (Budiargo, 2015, p.46) Twitter bukanlah termasuk jaringan atau media sosial dikarenakan fungsinya sebagai jaringan informasi yang menceritakan kepada orang lain bagaimana perhatian terhadap apa yang sedang terjadi.

Terkait karakteristik dan manfaat yang dimiliki Twitter, maka Twitter memiliki

peranan penting dalam hal komunikasi politik berbasis media baru. Dalam buku “*Twitter and Society*” disebutkan terdapat tiga sudut pandang hubungan antara Twitter dengan komunikasi politik yaitu:

1. *Networking topics, in terms of the inclusion of information, interpretation, and views into a debate;*

2. *Networking media objects, driven by hyperlinking practices and resulting in a reconfiguration of Web spheres;*

3. *Networking actors, driven by @mentioning practices, resulting in new patterns of interaction between political actors and citizens that reshape the participation structure of the public sphere* (Weller, Bruns, Burgess, Mahrt, & Puschmann, 2014, p.306)

Dalam buku tersebut dijelaskan bagaimana hubungan Twitter dalam kaitannya dengan komunikasi politik seperti bahwa Twitter sebagai medium yang dapat membangun dan mengembangkan jaringan topik diskusi. Jika dikaitkan dengan politik, luasnya akses penggunaan Twitter serta cepat dan mudah dimanfaatkan oleh para pelaku politik seperti organisasi politik dan aktor politik untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan politik hingga sebagai media untuk penyampaian pandangan politik.

Selain itu kemampuan unggahan (*tweets*) pada Twitter dapat saling terhubung ke berbagai media melalui *hyperlink* sehingga dapat dijadikan sebagai pembentuk public sphere yang nantinya sebagai tempat dimana opini publik terbentuk mengenai politik. Adanya fungsi *@mention* pada Twitter membuat antar pengguna akun Twitter saling terhubung dan ini dimanfaatkan para aktor politik untuk menambah pendukungnya melalui hubungan yang dibangun dengan organisasi politik atau aktor politik profesional yang ada di Twitter serta dapat berpartisipasi dalam melakukan persuasi kepada masyarakat untuk lebih aktif di bidang partisipasi politik.

### METODE PENELITIAN



Dalam penelitian “Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Daring Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia” peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif pada akun @psi\_id di Twitter yang dimiliki oleh Partai Solidaritas Indonesia.

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mendapatkan hal yang baru mengenai pemanfaatan media baru khususnya media sosial Twitter dalam komunikasi politik melalui pengumpulan data, analisis dan kemudian peneliti interpretasikan menjadi sebuah hasil dan pembahasan.

Metode deskriptif adalah metode yang mencoba memberikan gambaran secara sistematis tentang situasi ataupun program dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta tapi tidak menguji hipotesis (Widi, 2010, p.47). Dalam penelitian kualitatif, metode yang biasa digunakan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Penelitian kualitatif memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu.

atau sekelompok (Moleong, 2007, p. 5). Berdasarkan dari definisi pada Buku Metodologi Kualitatif karya Prof. Dr. Lexy Moleong tersebut peneliti menjadikannya sebagai acuan dalam peneliti ini dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, pengamatan akun Twitter @psi\_id serta memanfaatkan dokumen yang peneliti dapat dari Dewan Pimpinan Pusat Partai Solidaritas Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap akun Twitter PSI. Akun Twitter PSI dikelola oleh bagian Tim media sosial dimana pada tim tersebut berisikan satu koordinator dengan 5 orang admin. Untuk koordinator tim dan juga admin untuk Twitter sendiri dikelola langsung oleh Halimah. Pada awal mulanya akun Twitter PSI hanya diikuti

(*follow*) oleh kalangan internal partai dan sedikit orang luar. Penelitian ini menggunakan teori 7 karakteristik media sosial yaitu, jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi, konten oleh pengguna dan penyebaran (Nasrullah, 2017, p.16).

Pemanfaatan Twitter yang dilakukan oleh PSI memiliki peran yang cukup praktis dan efisien dalam komunikasi politik. Hal tersebut dikarenakan penggunaan Twitter tidak semahal media mainstream lainnya untuk melakukan sosialisasi politik terlebih untuk melakukan komunikasi kepada antar pengurus daerah serta pemilih potensial (*potential voters*) dengan cara tidak kaku atau dinamis.

### a. Jaringan (*Network*)

Twitter PSI sebagai penghubung tersebut terjadi dalam tiga tipe, yaitu:

1. Penghubung dengan pemilih potensial (*potential voters*).

Fungsi terpenting dari tujuan pemanfaatan Twitter bagi partai politik tentunya adalah sebagai sarana penghubung atau media komunikasi dengan para pemilih potensialnya. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari target pemilih PSI yaitu generasi muda milenial di kisaran umur 18-35 tahun yang banyak menggunakan media sosial seperti Twitter untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Melalui Twitter, PSI dapat menjangkau lebih banyak masa serta memanfaatkan Twitter sebagai alat pemasaran politiknya. Menurut (Cangara, 2016, p. 241) pemasaran politik adalah penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai dan program yang dilakukan oleh aktor politik melalui medium tertentu dan ditujukan kepada segmen tertentu dengan tujuan mengubah wawasan hingga sikap. Meskipun begitu, dalam hal jaringan pada Twitter, administrator PSI mengakui bahwa target utama dalam pemanfaatan Twitter bukan untuk mencari pengikut yang banyak. Apa yang ada dengan kisaran pengikut 68.2 ribu pengikut merupakan pengikut asli yang didapatkan dari usaha administrator PSI beserta pengurus lainnya



tanpa membeli pengikut atau memakai aplikasi untuk meningkatkan jumlah pengikut di Twitter. Hal tersebut dikarenakan tujuan untuk Twitter PSI untuk saat ini adalah membangun keterlibatan (*engagement*) melalui komunikasi dua arah yang terbangun di Twitter sekaligus untuk mendekatkan diri kepada para pendukung PSI.

2. Penghubung antar pengurus dengan pengurus

Pengurus yang dimaksud disini merupakan individu atau perorangan yang memiliki jabatan dalam kepengurusan kepartaian beserta tanggung jawab yang telah diberikan oleh partai. Pemanfaatan Twitter sebagai sarana komunikasi antar pengurus memang awalnya sudah direncanakan oleh PSI. DPP PSI ingin mewajibkan setiap Dewan Pimpinan Daerah (DPD), Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) serta Dewan Pimpinan Cabang (DPC) beserta bagian lainnya untuk wajib memiliki media sosial salah satunya Twitter sebagai media komunikasi eksternal kepada masyarakat sekaligus menjadi media penghubung antar cabang atau perwakilan PSI di daerah. Namun hal tersebut diurungkan pelaksanaannya terkait pertimbangan aspek kemampuan dalam pelaksanaan dan pemanfaatan jejaring Twitter. Mengingat tidak semua daerah didukung oleh sarana infrastruktur khususnya berupa jaringan internet yang memadai dan dana yang dikeluarkan terkait dengan pengeluaran biaya pulsa internet.

3. Penghubung dengan pelaku politik lain

Pemanfaatan Twitter yang dilakukan oleh PSI yang lainnya adalah sebagai penghubung komunikasi antar pelaku politik lain baik organisasi, lembaga ataupun individu yang bukan bagian dari Partai Solidaritas Indonesia. Seperti antar partai, Twitter @psi\_id tercatat mengikuti sejumlah akun partai lain seperti partai Golkar dengan nama akun @golkar5, Partai Nasdem @NasDem, PDI Perjuangan @PDI\_Perjuangan, Partai

Demokrat @ PDemokrat, Partai Gerindra @gerindra dan partai lainnya.

Terkait dengan hal ini, analisis dari karakteristik jaringan (*network*) pada akun Twitter PSI @psi\_id adalah bahwa akun PSI telah berusaha cukup maksimal terkait pemanfaatan Twitter sebagai media komunikasi politik partainya.

#### **b. Informasi (*Information*)**

Pada Twitter, menurut (Nasrullah, 2017, p.19) informasi pada media sosial, penggunaanya dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Sedangkan informasi yang dapat disebarakan bersifat terbatas yakni dibatasi hanya 280 karakter saja. Terlebih sebagai akun Twitter dari suatu organisasi politik, akun @psi\_id harus memberikan informasi yang jelas (*clear*) namun singkat. Hal itulah yang menjadi tantangan dari administrator Twitter PSI dalam hal pengolahan informasi.

Dari beragamnya informasi yang di unggah oleh Twitter PSI, setidaknya terdapat tiga jenis konten besar yang sering dikeluarkan yaitu:

1. Mengenai Partai Solidaritas Indonesia

Dalam hal ini akun Twitter @psi\_id berisi kegiatan partai serta sejumlah komunikasi politik yang menggambarkan sikap dan kebijakan Partai Solidaritas Indonesia. Dari mulai informasi mengenai struktur kepengurusan, aktivitas partai serta hal lain yang berkaitan dengan profil PSI. Hal ini untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) kepada calon pemilih PSI.

2. Sosialisasi Pendidikan Politik

Dimana PSI berupaya memberikan pemahaman pendidikan politik praktis secara singkat dan menarik kepada publik serta pengurusnya. Dikarenakan target potensial calon pemilih PSI adalah anak muda maka pendidikan politik dikemas secara singkat dan menarik melalui Typography ataupun video singkat.



3. Membahas Isu Terkini (*Current Issue*)

PSI melalui akun Twitter @psi\_id berupaya menarik publiknya di Twitter untuk ikut aktif dalam menanggapi beragam isu seperti isu sosial, politik dan hukum. Hal ini guna meningkatkan keterlibatan (*engagement*) publik PSI di Twitter sebagai usaha membuat posisi PSI agar selalu diingat dan memiliki citra yang positif. Dalam hal membahas isu, PSI biasa melakukan kampanye media sosial dengan menggunakan fitur tagar (*hashtag*) di Twitter seperti #PSItolakUUMD3, #PSI menuju2019, #saveahok.

**c. Arsip (*Archive*)**

Analisis dalam wilayah arsip terkait dengan akun @psi\_id adalah bahwa arsip dalam komunikasi politik dapat dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam hal mengambil sikap, pandangan, hingga nantinya mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang mempengaruhi publik. Seperti halnya, jika suatu partai politik dirugikan oleh kicauan orang lain ataupun sebaliknya. Kicauan atau unggahan yang bersifat mendeskriditkan hingga merusak nama baik dapat ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku terlebih terdapat dasar hukum pidana seperti Undang-Undang No 19 tahun 2016 tentang Informasi & Transaksi Elektronik (ITE) dan arsip percakapan pada media sosial dapat dijadikan sebagai barang bukti.

Selain hal itu, fungsi arsip adalah sebagai bahan pembelajaran dan evaluasi untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) pengikut akun @psi\_id. Melalui arsip PSI dapat melihat serta menyesuaikan bahan-bahan informasi apa saja yang sesuai, relevan dan disukai oleh pengikutnya karena hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya respon pada setiap kicauan yang di unggah. Menurut hasil pemantauan peneliti, pengikut akun @psi\_id lebih banyak terlibat ketika akun Twitter @psi\_id sedang melakukan kampanye media sosial dengan menggunakan fitur tagar

(*hashtag*). Seperti halnya melakukan kampanye sosial dengan menggunakan tagar (*hashtag*) yang sering dilakukan oleh PSI dan beberapa kali dapat mencapai puncak topik teratas pada Twitter (*Trending Topic*).

Hal ini dibuktikan oleh muatan media berita online seperti yang dimuat pada situs berita Tribunnews.com dan Geotimes.co.id. Melalui hal tersebut maka sebaiknya pemanfaatan tagar dan kampanye media sosial dapat lebih sering dilakukan untuk menjaga serta meningkatkan interaksi dan *engagement* pada akun Twitter PSI.

**d. Interaksi (*Interaction*)**

Fitur-fitur yang mendukung proses interaksi pada Twitter seperti fitur komentar, mentions yaitu pengguna dapat saling memanggil pengguna lain melalui pencatutan nama akun untuk saling berinteraksi melalui pengiriman pesan atau tweet yang dituju juga terdapat *direct message* (pesan langsung) yang merupakan fitur privat karena hanya dapat dibaca oleh penerima yang dituju dan hanya dapat dikirim kepada orang yang sudah diikuti atau telah mengikuti pengguna tersebut, dan yang terakhir adalah fungsi *Retweet* dimana pengguna dapat mengirimkan kembali *tweet* pengguna lain kedalam aktivitasnya.

Sebagai tindak lanjut dari tiga fungsi karakteristik jaringan, maka interaksi yang terjadi pada Twitter PSI yakni:

1. Interaksi dengan calon pemilih (*potential voters*)

Akun Twitter @psi\_id biasa melakukan interaksi dengan calon pemilih (*potential voters*) dengan cara memberikan tanggapan atau respon terkait pertanyaan, unggahan, ataupun pernyataan yang diberikan calon pemilih (*potential voters*). Hal ini dikarenakan bukan hanya pengikut (*followers*) saja yang dapat melakukan interaksi dengan akun @psi\_id tapi juga pengguna Twitter lainnya yang belum tentu mengikuti akun @psi\_id. Hal tersebut guna membantu mereka yang ingin mencari tahu informasi PSI terlebih dahulu sebagai bentuk persuasi PSI kepada calon



pemilih (*potential voters*). Interaksi pada bagian ini biasa terjadi dengan memanfaatkan fitur *Retweet, Replay, Mentions, hingga Direct Message*.

2. Interaksi antara pengurus dengan pengurus

Interaksi ini terjadi secara umum sama seperti interaksi dengan calon pemilih (*potential voters*) hanya saja tujuan dari interaksi ini memiliki perbedaan yakni guna saling bantu untuk mengirimkan informasi kegiatan antar pengurus pusat dan daerah atau antar calon legislatif dari PSI. Interaksi ini diupayakan untuk saling terjadi meskipun interaksi hanya berupa sapaan atau humor ringan sehingga menimbulkan keterlibatan (*engagement*) yang dapat menimbulkan citra positif berupa kekompakan dan solidaritas yang kuat antar pengurus. Khususnya jika terkait menanggapi suatu isu yang sedang terjadi. Seperti yang terjadi pada Raja Juli Antoni yang menginformasikan perkembangan kasus gugatan UU MD3 dan Milly yang merupakan bakal calon legislatif PSI untuk pemilu 2019.

3. Interaksi dengan pelaku politik lain

Interaksi ini biasa terjadi untuk memberikan dukungan ataupun bantahan terkait dengan segala bentuk aktivitas kepada pelaku politik lainnya. Jika pelaku politik tersebut merupakan bagian dari koalisi atau sahabat PSI maka apresiasi dan dukungan akan dilakukan oleh Twitter PSI. Sedangkan, jika berasal dari pelaku politik oposisi maka yang dilakukan PSI adalah menjawabnya dengan bantahan dan perlawanan balik. Seperti yang terjadi pada tokoh politik Ridwan Kamil yang merupakan salah satu calon Gubernur Jawa Barat yang didukung PSI untuk Pilkada 2018 dimana Twitter PSI me-retweet unggahan Ridwan Kamil.

#### e. Simulasi (*Simulation*)

Melalui media sosial khususnya Twitter sebagai media komunikasi politik PSI berharap politik dapat dijadikan bahasan sehari-hari baik tua maupun muda. Dalam hal kaitannya dengan partai politik seperti Partai Solidaritas

Indonesia dalam pemanfaatan Twitter sebagai media online komunikasi politiknya, Twitter dapat dijadikan simulasi untuk melihat seberapa besar antusias khalayak terkait keberadaan, sikap dan tujuan PSI. Apa yang dapat dilihat pada Twitter misalnya seberapa besar pengaruh sikap PSI terhadap suatu isu bisa dilihat melalui seberapa seringnya kampanye media sosial PSI yang dapat meraih puncak teratas topik nasional (*trending topic*).

Adapula dengan melihat seberapa banyak postingan PSI yang di favoritkan oleh pengguna lainnya. Tentu semakin banyaknya tweet dari akun @psi\_id yang di favoritkan maka dapat dipahami sebagai PSI memiliki pengaruh yang cukup dominan dalam hal menyikapi suatu isu. Seperti halnya ketika Twitter PSI mengangkat isu menolak Undang-Undang MPR, DPR, DPRD dan DPD (UU MD3). Ketika isu tersebut muncul maka PSI dengan sigap merespon dan membuat aksi kampanye penolakan dengan memanfaatkan fitur tanda pagar (*hashtag*) yaitu #tolakUUMD3. Melalui aksi tersebut pengguna Twitter pun merespon dan mendukung melalui ikut serta dalam pengguna #tolakUUMD3 sehingga tagar tersebut pun berhasil menempati puncak teratas topik nasional (*trending topic*).

Setiap pengangkatan suatu isu tertentu yang dilakukan di akun @psi\_id nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk PSI pada kehidupan nyata mengenai bagaimana dalam melahirkan keputusan, pandangan ataupun produk politik nantinya. Sehingga keputusan atau produk politik apapun itu dapat menarik khalayak atau simpatisan partai lebih besar lagi serta meminimalisir kesalahan dalam pengambilan keputusan politik.

#### f. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Dalam maksud konten oleh pengguna (*User-Generated Content*) memiliki arti bahwa konten yang ada pada media sosial seperti di Twitter berdasarkan pengaturan atau kontribusi dari pengguna yang sebagai pemilik akun. Layaknya seperti media sosial lainnya, Twitter



memberikan kebebasan dalam hal penyusunan terkait isi dari konten yang akan disebarakan kepada pengguna lainnya. Adapun ketentuan yang berlaku hanyalah berupa ketentuan umum terkait masalah hak dan kewajiban pengguna Twitter yang telah disetujui pada saat proses pembuatan akun Twitter di awal.

Analisis terhadap karakteristik media sosial berupa konten oleh pengguna oleh akun Twitter PSI @psi\_id adalah bahwa karakteristik ini sebaiknya dimanfaatkan oleh PSI semaksimal mungkin khususnya sebagai partai pendatang baru. Melalui karakteristik ini, ajang komunikasi politik tidak lagi terpaku pada cara konvensional seperti tatap muka (*face to face*) hingga penggunaan media massa. Melalui media sosial seperti Twitter, PSI dapat mengurangi anggaran pengeluaran (*cost production*) yang relatif tinggi nominamlnya apabila menggunakan media konvensional. Hal ini tentu berbeda dengan kebanyakan partai politik saat ini yang masih bertumpu pada media konvensional seperti salah satu contohnya pada partai pendatang baru Perindo yang diketuai oleh Harry Tanoesoedibjo yang sering melakukan pemasaran politik melalui media yang dimilikinya yaitu MNC Group.

Adapun melalui karakteristik ini informasi yang diunggah tidak harus diproduksi oleh pemilik akun. Hal tersebut dikarenakan pemilik akun Twitter dan mengunggah ulang kembali kicauan dari akun lain untuk dibagikan kepada pengikutnya. Peneliti memberikan apresiasi terkait administrator Twitter PSI yang memberikan kebebasan bagi siapapun pelaku dan pengguna akun Twitter dalam hal berbagi informasi. Oleh karenanya tidak heran apabila aktifitas timeline Twitter PSI juga dipenuhi oleh hasil *Retweet* dari unggahan orang lain. selama informasi tersebut masih mengikuti norma sosial, dan aturan yang berlaku baik hukum maupun aturan yang ada pada Twitter. Melakukan *Retweet* dapat memberikan informasi tanpa harus memproduksi informasi tersebut secara pribadi. Dikarenakan informasi tersebut berasal dari orang lain asalkan dalam

konten informasi tersebut sesuai dengan arah pandangan politik PSI.

#### **g. Penyebaran (*Distribution*)**

Proses penyebaran yang dilakukan oleh akun Twitter @psi\_id pada dasarnya hanya sekedar menggunakan fitur-fitur yang ada pada Twitter. Fitur yang mendukung aktivitas penyebaran seperti *Retweet*, pada fitur *Retweet* sebagai administrator mengakui bahwa tidak ada paksaan bagi siapapun jika ingin menyebarkan konten atau informasi yang berasal dari Twitter PSI. Namun sebagaimana yang sudah di jelaskan peneliti jika pada awalnya dirinya memiliki niatan untuk meminta setiap kepengurusan baik cabang, wilayah maupun daerah agar memiliki media sosial termasuk Twitter masing-masing. Hal tersebut guna membantu dalam proses penyebaran informasi yang ada pada Twitter. Setelah beberapa pertimbangan yang terkait dengan biaya pengeluaran dan kemampuan maka niat tersebut diurungkan. Meski halnya demikian sejumlah akun cabang ataupun wilayah yang memiliki Twitter tetap biasa aktif dalam menyebarkan informasi dari akun @psi\_id.

Akun Twitter @psi\_id selalu berusaha memanfaatkan Twitter bukan hanya sebagai penghasil informasi kepada masyarakat namun juga berusaha untuk menyebarkan pesan tersebut secara luas agar khalayak khususnya pengguna Twitter dapat mengenali Partai Solidaritas Indonesia lebih dalam.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Partai Solidaritas Indonesia banyak menggunakan media sebagai sarana komunikasi politiknya salah satunya adalah media sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik untuk saat ini sudah merupakan langkah tepat terlebih penduduk Indonesia memiliki bonus demografis mayoritas usia muda produktif.

Hanya saja, faktor penentu dari suksesnya pesan komunikasi politik juga



berasal dari komunikator dan isi pesan. Terkait hal tersebut komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Solidaritas Indonesia berlangsung secara dinamis. Hal ini dikarenakan komunikasi politik berlangsung tidak lagi secara konvensional yang mengacu pada komunikasi tatap muka (*face to face*) dan penggunaan media mainstream (televisi, radio, surat kabar). Komunikasi dengan menggunakan media sosial merupakan salah satu bentuk dari *Computer Mediated Communication* (CMC).

Melalui karakteristik CMC yang dikemukakan oleh Kevin B Wright dan Lynne M Webb dalam (Puspita, 2015, p.207) , Partai Solidaritas Indonesia melakukan komunikasi secara berkesinambungan dikarenakan pesan yang disampaikan dapat selalu diperbarui sesuai dengan aktivitas terbaru dari PSI (sinkronitas). Dalam hal kerahasiaan dan privasi PSI juga memanfaatkan fitur yang ada pada Twitter seperti fitur pesanlangsung (Direct Message) dimana PSI hanya dapat mengirim dan menerima pesan dengan seorang pengguna tanpa diketahui pengguna lain (anonimitas). PSI juga memiliki kebebasan dalam hal penyuntingan konten dan penyebaran seperti apa yang dijelaskan pada karakteristik media sosial berupa konten oleh pengguna, namun pada CMC hal ini disebut dengan (kustomisasi).

Pemanfaatan Twitter oleh PSI guna sebagai fasilitator dalam komunikasi dua arah antara PSI dengan calon pemilihnya (*potential voters*), pengurus dengan pengurus, dan pelaku politik lain diluar PSI hal ini dalam CMC yang disebut dengan interaktivitas. Perihal dengan simulasi sebagai bagian dari refleksi dunia nyata, maka pada CMC hal ini disebut dengan kehadiran sosial dimana PSI memanfaatkan Twitter sebagai sarana pendekatan langsung kepada masyarakat. Terlebih pengguna Twitter di Indonesia memiliki jumlah yang besar maka secara hal tersebut PSI berusaha memanfaatkan untuk memperoleh engagement. Engagement positif pada komunikasi politik dapat terjadi secara ramai apabila adanya kesamaan sifat dan

tujuan antara PSI dengan pemilih potensialnya (*potential voters*) dalam CMC hal ini disebut dengan homogenitas pengguna.

Dengan demikian, meskipun media sosial bukan faktor utama dalam mempengaruhi orang untuk mengubah sikap namun media sosial masih memiliki kemampuan untuk mengubah pola pikir seseorang. Dalam hal ini politik praktis yang dijadikan bahan komoditas Partai Solidaritas Indonesia kepada pemilih potensialnya agar menjadi sesuatu yang populer di semua kalangan.

### Saran

Bagi para pelaku politik khususnya partai politik sebaiknya melakukan riset terlebih dahulu mengenai karakteristik media sosial yang akan digunakan sebagai saran media komunikasi politik. Media yang tepat akan memberikan khalayak yang tepat sehingga konten atau pesan dapat ditujukan kepada target khalayak (*target audience*) secara tepat.

Melihat kembali karakteristik Twitter, adalah penting bagi para pelaku politik untuk menggunakan Twitter sebagai media pembangun *engagement* atau interaksi dalam hal membahas suatu isu ataupun memberikan informasi. Pelaku politik yang menggunakan Twitter sebaiknya menggunakan gaya bahasa yang ringan dan sederhana terkait dengan pengguna Twitter yang merupakan generasi muda milenial serta keterbatasan karakter yang ada pada Twitter itu sendiri.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nasrullah, D. R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Wibowo, L.H. (2014, Agustus 8). Antusiasme Pemilih Muda. Diperoleh tanggal 23 Oktober 2017  
Kompas.com:  
<http://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/1946582/Antusiasme.Pemilih.Muda>



- 
- [3] Fatanti, M. N. (2014). *Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet*. Jurnal IPTEK-KOM, Diperoleh 16(1), 17-28
- [4] Pawito. (2009). *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pilihan*. Yogyakarta, Indonesia: Jalasutra
- [5] McNair, B. (2011). *An Introduction To Political Communication*. New York, Amerika Serikat: Routledge
- [6] Pureklolon, D. T. (2016). *Komunikasi Politik Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Jakarta, Indonesia: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Cangara, P. H. (2016). *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi*. Depok, Indonesia: PT. Rajagrafindo Persada.
- [8] Budiardjo, P. M. (2017). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta, Indonesia: PT. Elex Media Komputindo.
- [10] Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., & Puschmann, C. (2014). *Twitter and Society*. New York, Amerika Serikat: Peter Lang Publishing, Inc.
- [11] Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian: Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- [12] Moleong, P. D. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya..
- [13] Puspita, Y. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. Jurnal Pekommas, Diperoleh 18(3), 2013-212.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN