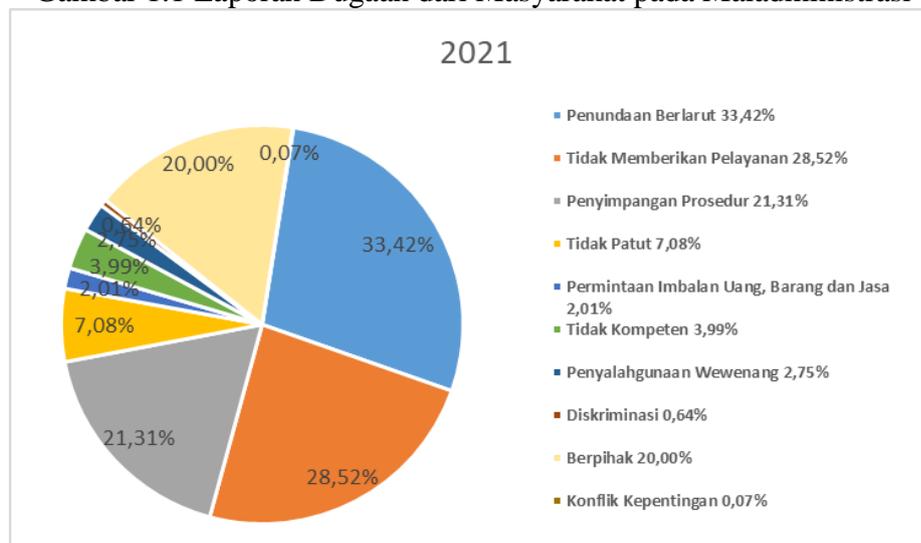


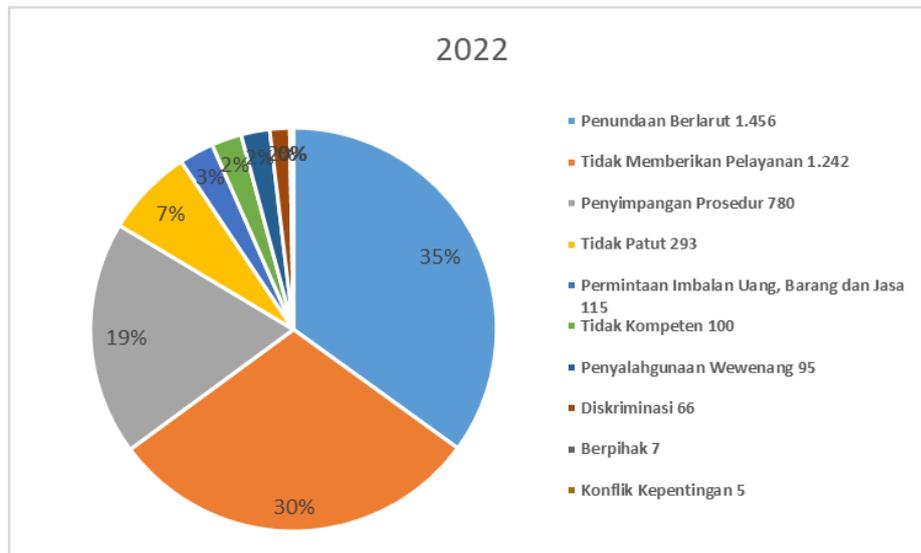
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hak asasi manusia yang dimiliki oleh setiap warga negara Indonesia untuk mendapatkan kebebasan dalam berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat telah diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28E ayat (3). Kebebasan mengeluarkan pendapat bagi masyarakat ini juga termasuk ke dalam kebebasan dalam mengekspresikan atau melakukan pelaporan terhadap pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah. Hal ini sejalan dengan pernyataan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik Pasal 35 ayat (3a) bahwa masyarakat sebagai penerima pelayanan publik memiliki kesempatan dalam memberikan aduan sekaligus melakukan pelaporan terhadap pelayanan publik yang diterima sebagai wujud pengawasan. Namun, yang menjadi permasalahan terhadap pelaporan masyarakat yakni mengenai bagaimana pemerintah menindaklanjuti pengaduan tersebut. Terlebih berdasarkan data Ombudsman mengenai laporan dari masyarakat pada adanya dugaan perbuatan pemerintah yang tidak sesuai dengan hukum dan etika pelaksanaan administrasi pelayanan publik (maladministrasi) menunjukkan bahwa:

Gambar 1.1 Laporan Dugaan dari Masyarakat pada Maladministrasi





Sumber: (Ombudsman, 2021a, 2022)

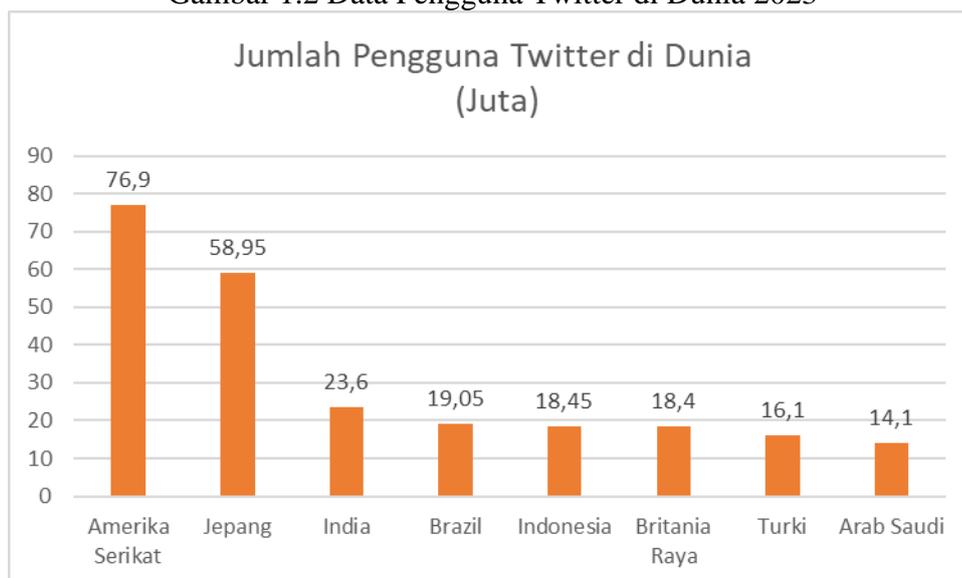
Dari data diatas memperlihatkan dari 2021-2022 bentuk maladministrasi pemerintah terutama pada penundaan berlarut mengalami kenaikan yakni dari 33,42% menjadi 35%. Penundaan berlarut yang banyak dilaporkan masyarakat tersebut akan memberikan dampak terhadap pelayanan publik yang tidak memiliki kepastian (Ombudsman, 2021b). Maka dugaan masyarakat terhadap adanya penundaan berlarut ini memperkuat adanya pelaporan terhadap pelayanan publik yang dilakukan masyarakat tidak secepatnya diberikan tindak lanjut oleh pemerintah.

Keterkaitan terhadap pelaporan masyarakat terhadap pelayanan publik yang belum secara maksimal diberikan oleh pemerintah salah satunya berhubungan dengan ketidakhadiran pemimpin yang memiliki sikap kepemimpinan yang responsif. Pemimpin yang responsif dalam pemerintahan dapat diartikan sebagai ketanggapan sikap yang diambil oleh seorang pemimpin terhadap setiap pelaporan atau permasalahan yang dialami oleh masyarakat (Eko, 2021). Maka dalam suatu pemerintahan kehadiran dari pemimpin yang responsif menjadi suatu kepentingan dikarenakan dengan cepatnya tanggapan pada permasalahan publik akan meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap penanganan laporan dan pengaduan masyarakat. Selain itu, adanya pemimpin yang responsif akan memberikan

kemudahan dalam melakukan adaptasi dan dapat inovatif terhadap media-media yang digunakan masyarakat dalam melakukan pelaporan.

Media yang dapat menjadi salah satu media paling masif yang dapat digunakan pengguna untuk menciptakan konten, menghubungkan dengan pengguna lain dan juga memobilisasi massa tentang masalah sosial (Cervi & Divon, 2023; Danielle K. Kilgo, Summer Harlow, Victor García-Perdomo, 2021; Eslen-Ziya & Bjørnholt, 2023; George & Leidner, 2019). Hal ini menemukan peran media sosial sebagai media untuk berinteraksi yang sekaligus menjadi media sosial yang memungkinkan para pengguna untuk saling berinteraksi dan menciptakan apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka pikirkan, termasuk memberikan pelaporan terhadap pelayanan publik (Dennen et al., 2020). Penggunaan media sosial sebagai media pelaporan masyarakat dibuktikan pada data *We Are Social 2023* yang menunjukkan bahwa dari 276,4 juta populasi di Indonesia, terdapat 167 juta orang yang secara aktif menggunakan media sosial atau diperkirakan sama dengan 60,4% dari populasi penduduk Indonesia (Andi, 2023). Lebih lanjut jika disandingkan dengan negara lain, masyarakat Indonesia khususnya pengguna Twitter pada 2023 menduduki peringkat 5.

Gambar 1.2 Data Pengguna Twitter di Dunia 2023



Sumber: (Pierre, 2023)

Maka berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sebagai pengguna media sosial, khususnya Twitter dapat digunakan sebagai salah satu media pelaporan bagi masyarakat terhadap permasalahan publik.

Penggunaan media sosial pada masa sekarang digunakan para politisi sebagai media untuk berinteraksi dengan publik seperti untuk memberikan advokasi terhadap masalah sosial, melakukan komunikasi dengan publik secara bebas, dan mengetahui jenis kebijakan publik menurut masyarakat yang memerlukan peningkatan oleh pelayanannya (Dennen et al., 2020; Mirzaei et al., 2022; Poell, 2020; Wilkins et al., 2019). Maka melalui media sosial menunjukkan komunikasi sosial yang terjalin dari para politisi untuk dapat memajukan daerah jabatannya tanpa masyarakat yang perlu datang langsung ke kantor walikota untuk melakukan pelaporan (Dubois et al., 2020). Para politisi yang menggunakan media sosial, khususnya dilakukan oleh para kepala daerah muda. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) per 17 Oktober 2023 terdapat 42 orang pemimpin daerah yang berusia di bawah 40 tahun, namun lebih spesifik kepala daerah yang berusia di bawah 40 tahun terdapat 30 orang.

Tabel 1.1 Data Kepala Daerah Berusia Di Bawah 40 Tahun

No	Nama	Jabatan	Usia
1	Aditya Mufti Arifin	Wali Kota Banjarbaru	39
2	Aulia Oktafiandi	Bupati Hulu Sungai Tengah	39
3	Verna G. M. Inkirawang	Bupati Posoposo	39
4	Dadi Sunarya Usfa Yursa	Bupati Melawi	39
5	Sitti Sutinah Suhardi	Bupati Kabupaten Mamuju	39
6	Fifian Adeningsi Mus	Bupati Kepulauan Sula	39
7	Bakhtiar Ahmad Sibarani	Bupati Tapanuli Tengah	39
8	Eisti'anah	Bupati Demak	38
9	Fandi Akhmad Yani	Bupati Kabupaten Gresik	38
10	Asmin Laura Hafid	Bupati Nunukan	38
11	Franc Bernhard Tumanggor	Bupati Pakpak Bharat	38
12	Erman Safar	Wali Kota Bukittinggi	37
13	Adnan Purichta Ichsan	Bupati Gowa	37
14	Benny Dwifa Yuswie	Bupati Sijunjung	37
15	Saidi Mansyur	Bupati Kabupaten Banjar	36
16	Dyah Hayuning Pratiwi	Bupati Purbalingga	36

17	Gibran Rakabuming Raka	Wali Kota Surakarta	36
18	Sutan Riska Tuanku Kerajaan	Bupati Dharmasraya	34
19	Dico M Ganinduto	Bupati Kendal	33
20	Bobby Nasution	Wali Kota Medan	32
21	Mochammad Nur Arifin	Bupati Trenggalek	32
22	Ahmad Muhdlor Ali	Bupati Sidoarjo	32
23	Panca Wijaya Akbar	Bupati Ogan Ilir	32
24	Hendriyanto Sitorus	Bupati Labuhanbatu Utara	32
25	Aditya Halindra Faridzky	Bupati Tuban	31
26	Vandiko Timotius Gultom	Bupati Samosir	31
27	Muhammad Yusran Lalogau	Bupati Pangkajene dan Kepulauan	31
28	Hanindhito Himawan Pramana	Bupati Kediri	31
29	Roby Kurniawan	Bupati Bintan	30
30	Rezita Meylani Yopi	Bupati Indragiri Hulu	29

Sumber: (Ridhwan, 2023)

Mengacu pada data diatas dapat di analisis keaktifan media sosial dari setiap kepala daerah muda. Dimana menunjukkan dari 30 kepala daerah muda memperlihatkan kepala daerah yang sangat menonjol dalam keaktifannya menggunakan media sosial. Kepala daerah ini merupakan Wali Kota Surakarta yakni Gibran Rakabuming Raka yang memiliki jumlah pengikut media sosial terbesar diantara kepala daerah lain, dengan jumlah pengikut Instagram sebesar 1 juta dan Twitter mencapai 1 juta pengikut (data per juni 2023). Berdasarkan dari banyaknya jumlah pengikut maka menarik untuk mengetahui bagaimana keaktifan penggunaan media sosial yang dilakukan Gibran Rakabuming Raka sebagai salah satu kepala daerah muda untuk merespon serta menindaklanjuti pelaporan yang masuk dari masyarakat..

Keterhubungan diantara masifnya penggunaan media sosial yang dilakukan para politisi, khususnya kepala daerah muda menunjukkan dampak terhadap peningkatan demokratisasi dalam dunia digital, misalnya Arab Springs, Friday for Future Movements, The Milk Tea Alliance dan gerakan pemuda lainnya sehingga mengakibatkan iklim demokrasi di suatu wilayah (Hutchinson, 2021; Williams et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat mengubah pendapat warga negara dan juga perspektif untuk menanggapi masalah sosial dan

dengan tujuan yang sama mencoba untuk membuat perubahan (Boulianne et al., 2020; Cooky & Antunovic, 2020; Karamat & Farooq, 2020). Maka hal ini berbeda dengan media massa yang hanya mampu menginformasikan kejadian dan permasalahan aktual namun tidak berinteraksi dan mengkoordinasikan tindakan (Leong et al., 2019; Smith et al., 2019; Suwana, 2020). Besarnya perbedaan antara media sosial dan media massa menjadikan media sosial mempunyai peranan penting dan juga sentral dalam hal terjadinya gerakan sosial, selain sebagai gerakan sosial media sosial juga digunakan para politisi dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Hal ini juga menunjukkan kesadaran dari politisi untuk menggunakan media sosial sebagai cara baru dalam melakukan komunikasi politik termasuk menggunakannya sebagai advokasi dan pengambilan keputusan (Boulianne et al., 2020; Danielle K. Kilgo, Summer Harlow, Victor García-Perdomo, 2021; Karamat & Farooq, 2020; Sinpeng, 2021).

Dengan demikian, komunikasi politik menjadi penting dalam media sosial karena sasarannya masif, lebih beragam dan dominan dengan generasi muda (Brilli et al., 2020; Kaldy, 2015; Moorman, 2020; Phelan, 2020; Rojas, 2020; Scobell et al., 2019; Subramanian & Weare, 2020). Dalam hal ini sebagai politisi, media sosial membawa perspektif baru untuk mempercepat suara dan pelayanan serta pemberitaan publik (Banerjee, 2020; Brilli et al., 2020; Kaldy, 2015; Liu et al., 2020; Moorman, 2020; Phelan, 2020). Dalam hal ini media sosial mengembangkan kegemaran, suara publik, dan pelayanan publik untuk memastikan publik mendapat respon dari politisi (Dolan et al., 2019; Hu & Lovrich, 2019; Zivnuska et al., 2019). Sesuai dengan media sosial yang menjadi wadah wadah penting bagi publik untuk menyampaikan laporan dan aspirasi mereka kepada para politisi dengan lebih mudah dan cepat. Melalui berbagai platform media sosial, khususnya Twitter yang mana masyarakat dapat dengan cepat mengirimkan pesan, keluhan, atau permintaan kepada para pemimpin politik mereka. Respon yang cepat dan transparan dari politisi melalui media sosial tidak hanya meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan publik, tetapi juga memastikan bahwa isu-isu yang relevan dengan masyarakat dapat segera ditindaklanjuti oleh para pembuat kebijakan (Tranggono et al., 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan dari latar belakang, maka penelitian ini akan menjawab pertanyaan tentang media sosial yang digunakan sebagai media pelaporan masalah di Kota Surakarta dalam hal ini menggunakan media sosial khusus pada data Twitter dari Wali Kota Surakarta, Gibran Rakabuming Raka (@gibran_tweet), yakni: Bagaimana penggunaan media sosial sebagai media pelaporan masyarakat yang dilakukan oleh Gibran Rakabuming Raka melalui media sosial Twitter (@gibran_tweet) pada lingkup masyarakat di Surakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan penggunaan media sosial sebagai media pelaporan masyarakat yang dilakukan oleh Gibran Rakabuming Raka melalui media sosial Twitter (@gibran_tweet) pada lingkup masyarakat di Surakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi penelitian sosial dan politik yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Twitter yang digunakan oleh kepala daerah muda sebagai media pelaporan masyarakat.

1.4.2 Praktis

Pada penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengetahuan sosial dan politik yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Twitter yang digunakan oleh kepala daerah muda sebagai media pelaporan masyarakat.

<i>Political Expression, Reputation, Social Media, Social Media Influencer, Young Person, Youth</i>	
<i>Candidate, Communication Style, Communication Strategy, E-Democracy, Electoral Campaign, Gender Gap, Political Campaigning, Populist, Social Media Activity</i>	3
<i>Media Communication, Presentation, Social Influence, Political System, Public Diplomacy, Public Opinion, Strategic Communication, Political Communication, Political Leader</i>	4

Sumber: Analisis Vos Viewer

Berdasarkan hasil analisis Vos Viewer terkait kata kunci Komunikasi Politik, Media Sosial, dan E-Demokrasi pada database Scopus menunjukkan bahwa: fokus terkait komunikasi politik, media sosial, dan e-demokrasi masih terlihat terkonsentrasi pada beberapa klaster. Hal ini menandakan **belum ada penelitian terdahulu yang membahas keterkaitan Komunikasi Politik, Media Sosial, dan E-Demokrasi dalam satu kelompok, khususnya pada aktor politik yaitu kepala daerah muda.** Dengan demikian, hal tersebut dapat menjadi *novelty* atau keterbaruan dalam penelitian ini. Maka penelitian ini akan fokus pada komunikasi politik kepala daerah muda melalui media sosial Twitter sebagai bentuk e-demokrasi dalam pelaporan masyarakat.

Branding Politik dan Komunikasi Politik

Branding politik adalah cara politisi memberikan tanda pada dirinya sendiri untuk mendapatkan suara dan sebagai pengambil suara (Boulianne et al., 2020; Karamat & Farooq, 2020). Hal ini dapat terlihat pada branding politik yang digunakan Ganjar Pranowo yang menunjukkan melakukan pencitraan politik untuk membangun komunikasi politik yang luar biasa melalui media sosial Instagram. Perkembangan personal branding menunjukkan citra Ganjar Pranowo sebagai pemimpin dalam melayani rakyat. Sebaliknya pada penelitian terdahulu ini belum disebutkan adanya komunikasi politik melalui media sosial selain Instagram dalam perwujudan e-demokrasi dalam keterlibatan masyarakat (Rahmah, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa branding politik juga terpengaruh dari target dan platform media sosial yang digunakan (Agur & Frisch, 2019;

Cooky & Antunovic, 2020; Harlow, S. Kilgo, D K. Salaverría, R. Perdomo, 2020).

Lain halnya dengan Agung Suyoga sebagai calon pada Pemilu Legislatif 2019 di Denpasar menunjukkan komunikasi politik untuk meraih suara pada pemilu legislatif 2019 di Kota Denpasar Bali melalui citra politisi muda yang mampu mewakili tuntutan generasi muda (Adhi et al., 2019). Selanjutnya berdasarkan kasus Partai Politik PDI-P dan PSI menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui media sosial mengalami perbedaan. Pada PDI-P, komunikasi politik yang ditunjukkan terkesan satu arah masih menggunakan iklan politik. Sedangkan PSI lebih menekankan pada dialog dengan komunikasi di media sosial (Andriana, 2022). Dalam hal ini menunjukkan bahwa media sosial digunakan untuk menjangkau pasar politik guna memperoleh suara atau bisa juga disebut sebagai tokoh yang diperkirakan dapat menarik suara akibat kepopulerannya (Vote Getter) (Miles & Mullinix, 2021; Zagórski & Santana, 2021). Selanjutnya pada komunikasi politik yang dilakukan Ridwan Kamil media sosial Instagram Ridwan Kamil digunakan sebagai branding politik yang menghasilkan citra baik akibat komunikasi politik yang khas, namun dalam penelitian tersebut belum menunjukkan bentuk pelibatan masyarakat (Fitriyani, 2023)

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik

Media sosial menjadi media masif yang setiap orang dapat mengakses, berinteraksi satu sama lain dan juga dapat membuat konten untuk menyuarakan permasalahan sosial (Greenhow, C. Gleason, B. Willet, 2019; Schwarz & Richey, 2019; Walsh, 2020). Hal ini sesuai dengan penelitian komunikasi politik dalam media sosial revolusi industri 4.0 yang memperlihatkan peran media sosial dapat digunakan sebagai branding politik dengan tidak melupakan bahwa pesan politik yang disampaikan harus mewujudkan komunikasi politik dua arah (Barniat, 2021). Penelitian serupa juga terlihat pada aktor politik yang ke depan memerlukan pemahaman dalam pentingnya melakukan komunikasi politik melalui media sosial sebagai cara menarik perhatian masyarakat,

ketertarikan generasi muda terhadap informasi politik, dan memperbanyak dukungan suara (Munzir, 2019). Maka peran media sosial seperti Instagram akan mempunyai peran penting dalam komunikasi politik dalam aktivitas politik. Konsekuensi dari media sosial dapat menarik perhatian penggunanya khususnya generasi milenial (Indrawan et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat bagi kandidat dan juga masyarakat untuk bersuara, mendeklarasikan visi dan lain-lain (Dillette, A K. Benjamin, S. Carpenter, 2019; Fielitz & Marcks, 2019; Greenhow, C. Gleason, B. Willet, 2019; Hölzen & Meier, 2020; Schwarz & Richey, 2019; Walsh, 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa peran media sosial dalam kampanye politik digunakan sebagai sarana komunikasi politik. Dimana media sosial digunakan sebagai kampanye politik sehingga mengakibatkan pemilih pada Pilkada Kabupaten Sukabumi 2020 mendapatkan penyebaran informasi lebih cepat (Supit & Wuryanta, 2021). Berikutnya komunikasi politik menggunakan media sosial Instagram memiliki peran penting dalam memberikan pengaruh pemilih pemula terhadap Pilkada Serentak 2020. Maka atas pengaruh yang besar dari media sosial sebagai sarana komunikasi politik baru diperlukan strategi komunikasi melalui banyak media sosial lain dan penentuan gaya komunikasi politik yang secara terus menerus dipublikasikan (E Rizky Wulandari, 2021).

Media sosial telah digunakan sebagai sarana kampanye dan komunikasi politik. Namun perlu diperhatikan bahwa terdapat kelebihan dan kelemahannya yang dapat menyinggung masyarakat sebagai pengguna, maka aktor politik perlu lebih menunjukkan komunikasi keterlibatannya (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021). Dimana peran media sosial dalam komunikasi dapat dilihat melalui penggunaan Hashtag, Akun, dan fitur lainnya, sehingga dapat terlihat pengguna menjadi pasar untuk mengeksplorasi branding politik dan komunikasi politik (Bülow et al., 2019; Chenou & Cepeda-Másmela, 2019; Keller, 2019). Media sosial membawa perspektif baru kepada politisi untuk mendapatkan lebih banyak suara dan dukungan yang lebih masif di ranah digital yang bermanfaat untuk meraih elektabilitas.

Tabel 1.3 Ringkasan Tinjauan Pustaka

No	Klasifikasi	Penulis	Temuan
1	Branding Politik dan Komunikasi Politik	(Rahmah, 2021), (Adhi et al., 2019), (Andriana, 2022), (Fitriyani, 2023)	Branding politik merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh para politisi, dimana para politisi harus membangun citra politiknya termasuk menunjukkan ciri khas yang dimiliki. Hal ini memberikan pengaruh terhadap cara para politisi untuk melakukan komunikasi politiknya, salah satunya melalui media sosial. Dimana ditemukan bahwa media sosial menjadi media baru yang dapat menghasilkan komunikasi politik dua arah antara politisi dengan masyarakat, sehingga menghasilkan sebuah e-demokrasi.
2	Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik	(Barniat, 2021), (Munzir, 2019), (Indrawan et al., 2023), (Supit & Wuryanta, 2021), (E Rizky Wulandari, 2021), (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021)	Penggunaan media sosial yang semakin masif di masyarakat memiliki peran penting dalam peningkatan komunikasi politik. Hal ini dibuktikan dengan para politisi yang mulai melakukan komunikasi politik di media sosial, terutama pada generasi muda sebagai pengguna media sosial aktif.

Sumber: Diolah oleh Peneliti

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Komunikasi Politik

Dalam mendeskripsikan komunikasi politik, diperlukan pemahaman definisi komunikasi dan politik. Definisi dari komunikasi merupakan bentuk dari penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan tanpa atau dengan media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Sedangkan politik yakni pembagian nilai dari kapan dan bagaimana orang-orang yang memiliki wewenang serta kekuasaan. Maka komunikasi dan politik dikatakan sebagai satu kesatuan yang memiliki hubungan yang erat dan istimewa karena kedua hal tersebut berada

dalam kawasan politik, dengan menempatkan komunikasi politik pada kedudukan yang sangat fundamental (Cangara, 2017). Sesuai yang disampaikan Lord Windlesham dalam (Subiakto, Henry dan Ida, 2014) bahwa komunikasi politik merupakan bentuk penyampaian pesan politik yang dilakukan secara sengaja oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan penerima dapat berperilaku tertentu sesuai dengan tujuan komunikasi politik yang dilakukan komunikator. Komunikasi politik digambarkan sebagai sebuah proses penyampaian yang memiliki tujuan dalam mempengaruhi kepercayaan, pengetahuan, serta tindakan publik yang berkaitan dengan persoalan politik.

Hubungan diantara komunikasi politik dengan masalah sosial di masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi dan politik tidak dapat dipisahkan, dimana komunikasi digunakan orang untuk menyelesaikan masalah termasuk jika terjadi permasalahan terkait politik maka penyelesaiannya dapat dilakukan melalui komunikasi. Maka jika permasalahan politik yang ada terkait kebijakan yang akan dibentuk, diharapkan adanya komunikasi politik dapat menunjukkan kebijakan yang tidak berpihak serta tidak akan menimbulkan konflik baru. Secara sederhana komunikasi politik disebutkan sebagai bentuk munculnya permasalahan yang akan mengakibatkan adanya kepentingan politik, sehingga kehadiran komunikasi politik dapat mengantarkan kepentingan politik tersebut dengan kesesuaian tindakan yang lebih efektif (Junaidi, Ahmad. Susanto, Hari, Eko. Loisa, Riris. Nurafilah, Alma, Cut. Husniat, Muana, 2018).

Komunikasi politik dengan fungsi pada sistem politik tidak dapat dipisahkan dan selalu beriringan, hal ini terjadi diakibatkan dalam berjalannya sistem politik dibutuhkan mekanisme yang dapat menghubungkan setiap struktur politik dengan fungsi yang ada (Amah, 2017). Dalam sistem politik, komunikasi politik digunakan sebagai penyampaian pesan-pesan politik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Peran dari aktor atau politisi dalam

menyampaikan pesan memiliki tujuan dalam memberikan pengaruh terhadap opini publik. Hal ini dapat dikatakan bahwa aktor politik sebagai komunikator politik masuk dalam unsur komunikasi politik, dengan memiliki pesan politik, media politik, penerima pesan politik serta dapat menimbulkan efek maupun pengaruhnya (Kustiawan, Winda. Liusnimun, Tifani . Hidayat, Nurul. Wahidin, 2022).

Di era digital, perkembangan komunikasi politik mengalami perubahan yang mendasar. Hal ini merupakan dampak dari adanya internet yang memberikan perubahan kepada manusia dalam cara berpikir, berperasaan, serta bertindak. Maka kecenderungan dalam penggunaan media baru ini berbarengan dengan adanya kesadaran para aktor politik terhadap efektifnya pengaruh yang dihadirkan media online sekaligus bagaimana masyarakat yang semakin aktif mengakses internet (Waluyo, 2019). Oleh karena itu, sebagai aktor pada komunikasi politik penggunaan bahasa, simbol, serta media memiliki pengaruh yang besar bagi individu maupun masyarakat termasuk bagi aktor politik dapat menunjukkan berhasil atau tidaknya kebijakan publik suatu bangsa (Perloff, M, 2021).

Kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh komunikator dalam melakukan komunikasi politik diperlukan penyertaan adanya strategi yang tepat sehingga komunikasi yang berlangsung dapat terlaksana secara efektif. Selain itu, pentingnya strategi ini disebabkan pada dasar dari strategi komunikasi merupakan sebuah gabungan antara fungsi dari manajemen dan unsur-unsur dari komunikasi itu sendiri (Syarbaini et al., 2021). Maka adanya komunikasi politik yang terencana dalam proses politik diharapkan pesan yang disampaikan komunikator dapat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Termasuk agar komunikan atau masyarakat percaya terhadap pesan yang disampaikan komunikator, maka komunikator perlu memiliki citra positif untuk membangun kepercayaan publik. Sebagaimana yang disampaikan oleh Berlo & Daniel Learner (1978) dalam (Huda, Imamul Ridwan. Fauziah,

Nurul. Halimatussadiyah, Siti. Gumelar, 2022) dan Rogers & Shoemaker (1971) dalam (Kuppelwieser, Volker. Touzani, 2016) bahwa salah satu citra positif yang dapat ditunjukkan oleh komunikator menggunakan teori komunikasi seperti komunikasi empati dan homofili. Teori empati merupakan kemampuan dari komunikator untuk menempatkan dirinya pada situasi dan posisi komunikan. Sedangkan teori homofili merupakan komunikasi yang dilakukan dengan orang sama, yang mana persamaan ini seringkali terbentuk pada situasi aktor politik dengan publik yang berada dalam karakteristik sosial dengan sosio-demografi dan atribut perseptual, seperti keyakinan dan sikap yang sama. Berangkat dari teori komunikasi politik empati dan homofili yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat 3 indikator utama yang digunakan dalam menjawab penelitian ini diantaranya:

1. Isi Dikotomi Konten, Isi dikotomi konten akan menunjukkan informasi yang tersedia dalam media tertentu, misalnya dalam media sosial. Maka melalui platform-platform media sosial para komunikator dapat membangun narasi, menyajikan argumentasi, dan melakukan interaksi dengan komunikannya melalui berbagai konten yang dihadirkan, seperti teks, gambar, dan video. Pembawaan isi konten yang dibawa oleh komunikator memberikan pengaruh besar terhadap pandangan publik terhadap arah komunikasi politik yang ingin ditunjukkan oleh komunikator.
2. Intensitas Aktivitas Akun, Intensitas aktivitas akun media sosial memperlihatkan seorang aktor politik yang menjadi cerminan dari keterlibatan dan interaksi yang mereka bangun dengan masyarakat. Di era digital ini, akun media sosial tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan pesan politik, tetapi juga menjadi wadah untuk membangun citra, merespons isu terkini, dan menjalin komunikasi langsung dengan konstituen. Aktor politik yang aktif di media sosial cenderung dapat menjangkau dan mempengaruhi audiensnya

dengan lebih efektif, memberikan kesan keterbukaan dan aksesibilitas.

3. Narasi Dominan, Narasi Dominan menggambarkan pengaruh kuat dari media sosial yang dapat mengubah dan memberikan pengaruh terhadap opini publik. Maka narasi yang digunakan oleh komunikator dapat dengan cepat menyebarkan pesan, memberikan pengaruh publik, dan membentuk tindakan yang diperbuat. Penggunaan narasi ini juga akan memberikan peningkatan interaksi antara komunikator dengan komunikan, memungkinkan publik untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, membagikan pandangan mereka, dan bahkan mempengaruhi kebijakan politik.

1.6.2 Media Sosial

Media sosial merupakan layanan digital yang memberi kemungkinan bagi pengguna dalam melakukan komunikasi, interaksi, dan membagikan konten dengan pengguna lain melalui internet. Penggambaran media sosial juga digunakan sebagai media online yang dapat menaikkan hubungan sosial bagi para pengguna (Azhari Harahap et al., 2020). Karakteristik yang ditunjukkan dari media sosial ialah adanya keterbukaan interaksi maupun percakapan yang terjadi antar pengguna. Dimana para pengguna mampu membuat konten seperti teks, gambar, video, dan lainnya, sekaligus para pengguna dapat membagikan kontennya dengan pengguna lain atau dengan khalayak yang lebih luas (Miller, Daniel. Costa, Elisabetta. Haynes, Nell. McDonald, Tom. Nicolescu, Razvan. Sinanan, Jolynna. Spyer, Juliano. Venkatraman, Shriram. Wang, 2016)

Pada komunikasi, media sosial menunjukkan perannya dengan dapat menyesuaikan pada situasi maupun kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mengalami perubahan setiap zaman (Mano, 2014). Selanjutnya peran penting dari media sosial dalam kehidupan politik era digital

ditunjukkan dengan menciptakan masyarakat sadar politik serta menggerakkan protes politik (Yunus, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa interaksi yang terjalin dalam media sosial tidak hanya dilakukan oleh dua pengguna, namun juga membuka interaksi yang lebih luas dengan jumlah pengguna banyak sehingga dapat membuka ruang publik jika terjadi permasalahan sosial akan selalu mendapatkan respon dari publik. Media sosial membantu dalam melakukan pengelolaan isu yang terjadi pada suatu organisasi seperti penentuan keputusan, pengamatan, evaluasi dan penyerapan aspirasi, sekaligus dapat mengontrol dan mengklarifikasi isu yang ada secara emosional maupun data (Karniawati, Nia. Rosselini, 2023).

Penggunaan media sosial dimanfaatkan para politisi mulai dari pejabat dan lembaga pemerintahan yang memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat, menyebarkan informasi, dan membangun citra (Hastrida, 2021). Maka media sosial dikatakan menjadi wadah tepat bagi para politisi dalam memberikan pengaruhnya kepada publik dengan lebih efektif. Dengan menggunakan beberapa platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, sehingga dengan menggunakan media-media tersebut para politisi dapat melakukan interaksi secara langsung dengan masyarakat, menyampaikan pesan politiknya, serta dapat merespon berbagai isu terkini jauh lebih cepat. Selanjutnya media sosial juga memberikan kesempatan bagi politisi untuk menghadirkan narasi yang mendukung visi misi mereka, hingga membangun citra yang positif kepada publik. Diperlukan catatan khusus bagi para politisi bahwa efek media sosial yang besar tersebut harus dibarengi dengan adanya tanggung jawab dalam penyampaian pesan yang bijak sebab sangat berpengaruh terhadap opini publik serta reputasi seorang politisi (Saputro, 2022).

1.6.3 E-Demokrasi

Sejarah perkembangan demokrasi dunia tidak dapat terlepas dari sistem pemerintahan yang pernah berlangsung di salah satu polis Yunani yakni polis Anthena. Pada masa itu segala bentuk persoalan dalam pemerintahan yang berhubungan dengan kepentingan publik akan diputuskan melalui proses pemungutan suara mayoritas (Kurniawan, 2016). Maka jika berbicara mengenai demokrasi tidak dapat terlepas dari asal kata bahasa Yunani "demos" dan "kratos" yang berarti rakyat memiliki sebuah kekuasaan (Wasino, 2009). Dalam (Rosana, 2011) demokrasi memiliki pengertian bahwa rakyat mempunyai sebuah kekuasaan dalam pembuatan dan penentuan kebijakan. Serta dapat mengawasi proses kebijakan langsung menurut rakyat atau melalui perwakilan. Menurut Lyman Tower Sargent pengertian demokrasi dimana rakyat terlibat dalam segala bentuk mengambil keputusan, dengan mempersamakan hak publik dalam negara serta memberi dan mempertahankan sebuah kebebasan warga negara, selain itu terdapat sistem perwakilan sehingga dapat memberi dasar bahwa keputusan mayoritas dihormati (Sunarso, 2015).

Perkembangan media sosial memberikan perubahan yang semakin deras terhadap cara penyebaran informasi di masyarakat, sehingga kehadirannya memberikan pengaruh terhadap semakin kuatnya hubungan antar masyarakat dalam berpolitik maupun berdemokrasi. Maka muncul demokrasi digital (e-democracy) yang secara umum tidak berbeda dengan definisi demokrasi, namun yang menjadi perbedaan yakni penggunaan teknologi yang dimanfaatkan sebagai media dalam proses demokrasi (Khatami & Kurnia, 2022). Sesuai yang dijelaskan oleh Mohd. Shafiq bin Abdullah & Zulkapli bin Mohammed dalam (Slamet. Hamdan, Razak bin Abdul. Deraman, 2009) bahwa e-demokrasi merupakan cara yang digunakan untuk memanfaatkan sistem teknologi informasi dalam membimbing, memperbaiki, dan menjalankan prinsip-prinsip demokrasi. Maka hadirnya e-demokrasi

memiliki tujuan dalam meningkatkan struktur serta proses demokrasi melalui media sosial dengan inovasi-inovasi yang dihidirkannya dapat menjangkau masyarakat secara luas sehingga kualitas demokrasi akan meningkat akibat partisipasi masyarakat.

Dasar yang sama antara penggunaan media sosial dengan prinsip-prinsip demokrasi terlihat pada tujuannya untuk peningkatan transparansi, akuntabilitas, partisipasi, hingga memberi kesetaraan hak dan kewajiban yang seharusnya didapatkan warga negara terutama dalam memperoleh hak atas informasi (Alwajih, 2014). Maka e-demokrasi dalam sistem politik dapat dipahami sebagai inovasi penerapan demokrasi. Lebih lanjut e-demokrasi yang diartikan pada penggunaan media sosial ditunjukkan dalam penyusunan rencana pada proses politik dan pemerintahan. Dimana e-demokrasi akan melakukan komunikasi dengan publik untuk ikut terlibat mendukung proses pengambilan keputusan secara demokratis dan akan menguatkan adanya demokrasi perwakilan (Putra, Makkuraga, 2012). Penerapan e-demokrasi akan berdampak pada lebih aktifnya masyarakat dalam menggunakan media sosial serta memperluas masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam sistem demokrasi.

1.7 Definisi Konseptual

Pada penelitian ini akan terdapat beberapa definisi konseptual yang memiliki keterkaitan dengan teori yang ada dalam bagian sebelumnya. Dengan demikian, akan dibagi dalam beberapa penjelasan sebagai berikut:

a) Komunikasi Politik

Komunikasi politik dapat dirumuskan menjadi proses interaksi serta pertukaran informasi yang dilakukan dalam sistem politik dengan tujuan memberikan pengaruh publik dalam memberikan pandangan, sikap, dan perilaku. Dimana dalam konsep ini melibatkan berbagai unsur, termasuk pesan yang disampaikan oleh para politisi seperti kandidat, pemegang

kekuasaan atau pemerintah, dan partai politik. Selanjutnya penyampaian pesan yang dilakukan komunikator akan disampaikan melalui berbagai cara seperti menggunakan media massa, media sosial, pidato, kampanye, dan debat publik.

b) Media Sosial

Media sosial merupakan konsep yang mengacu pada penggunaan platform atau media digital yang memberikan kesempatan dan kemudahan bagi individu maupun kelompok dalam melakukan interaksi, membagikan informasi, konten, serta pengalaman melalui internet. Penggunaan media sosial juga menghadirkan medium bagi pengguna untuk terlibat pada komunikasi dua arah, berpartisipasi dalam memberikan komentar pada sebuah isu, dan membangun jaringan sosial. Selanjutnya media sosial dimanfaatkan sebagai alat dalam menyebarkan informasi, beriklan, memperkenalkan layanan, serta dapat memberikan pengaruh terhadap opini dan perilaku publik.

c) E-Demokrasi

E-demokrasi merupakan bentuk yang sama dari demokrasi, namun yang telah mengalami perkembangan akibat hadirnya internet melalui media sosial. Dimana penerapan dari e-demokrasi dengan menggunakan media sosial yang dapat menjangkau publik secara luas akan membantu dalam peningkatan partisipasi masyarakat untuk ikut terlibat dalam sistem politik, misalnya dalam pengambilan keputusan yang dilakukan pemerintah. Selain itu, pemanfaatan menggunakan e-demokrasi dengan publik aktif ikut terlibat dalam politik akan menunjukkan sistem demokrasi yang berjalan dalam suatu pemerintahan.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional digolongkan sebagai bagian pada penelitian yang digunakan untuk batasan tertentu dengan harapan dapat menyampaikan variabel untuk mencapai tujuan penelitian. Maka peneliti memanfaatkan definisi operasional dengan fokus yang ada untuk melihat permasalahan dari penelitian. Lebih lanjut peneliti merasakan bahwa dengan adanya definisi operasional lebih mempermudah dalam melakukan identifikasi masalah dan penyelesaiannya. Peneliti memilih menggunakan *theory of political communication empathy and homophily* atau teori komunikasi politik empati dan homofili sebagai dasar dalam penetapan indikator penelitian. Menurut Berlo & Daniel Learner (1978) dalam (Huda, Imamul Ridwan, Fauziah, Nurul. Halimatussadiyah, Siti. Gumelar, 2022) dan Rogers & Shoemaker (1971) dalam (Kuppelwieser, Volker. Touzani, 2016) teori empati dan homofili merupakan kedua teori yang menempatkan komunikator berada pada situasi yang sama dengan komunikan serta persamaan dengan karakteristik sosial tertentu. Berdasarkan teori tersebut penelitian ini memiliki 3 indikator penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.4 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Parameter
Komunikasi Politik	Isi Dikotomi Konten	Isi dikotomi konten media sosial Twitter terkait komunikasi politik Gibran Rakabuming Raka
	Intensitas Aktivitas Akun	Aktivitas komunikasi politik di media sosial Twitter Gibran Rakabuming Raka
	Narasi Dominan	Dominasi narasi di Twitter terkait komunikasi politik Gibran Rakabuming Raka

Sumber: Diolah oleh Peneliti

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Dalam kajian penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dimana menurut Adlini (2022) merupakan penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan substansi suatu fenomena yang tertuju pada elemen manusia, objek, institusi sehingga akan terbangun suatu hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman makna pada suatu fenomena yang terjadi dalam kehidupan sosial (John, 2014). Metode kualitatif ini digunakan untuk mencari lebih lanjut terkait tujuan dari fenomena pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari upaya untuk merespon permasalahan sosial di Kota Surakarta. Dimana teknik yang akan digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan yaitu analisis isi media sosial Twitter dari Gibran Rakabuming Raka sebagai Wali Kota Surakarta. Analisis isi yang akan dijelaskan dalam pembahasan akan berupa pada beberapa analisis media sosial, mulai dari analisis isi dikotomi konten, aktivitas akun, dan narasi yang muncul pada media sosial. Dimana pada penyampaianya akan dilakukan secara deskriptif yang mana dijelaskan secara runtut dan terstruktur sesuai dengan indikator pembahasan yang dijelaskan sebelumnya (Jennifer, 2017).

Pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini yakni pendekatan studi kasus. Dimana penelitian akan berfokus pada suatu kasus sehingga dapat dilakukan penyelidikan serta pemahaman pada suatu permasalahan, melalui pengumpulan informasi terkait studi kasus yang akan peneliti amati. Studi kasus yang akan peneliti ambil terkait akun media sosial Twitter Gibran Rakabuming sebagai Wali Kota Surakarta yaitu @gibran_tweet untuk melihat manfaat penggunaan media sosial Twitter bagi masyarakat kota Surakarta.

Dalam memudahkan analisis, peneliti menggunakan *Qualitative Data Analysis Software* (Q-DAS) memakai aplikasi Nvivo 12 Plus yang

memiliki beberapa tahapan analisis yaitu *manage data*, *manage ideas*, *query data*, *visualize data*, dan *report from the data* (Allan, 2018). Pertama, *manage data* yang digunakan untuk mencari penyebaran data, dimana pada penelitian ini menggunakan data kepustakaan dan data media sosial. Kedua, sebagai tahap lanjutan *manage ideas* digunakan untuk menyusun dan memberi akses terhadap konsep maupun teori yang dapat mendukung penelitian. Ketiga, *query data* digunakan untuk mengambil data dari database yang telah terencana. Keempat, *visualize data* merupakan bentuk representasi data secara visual mulai dari proses pengambilan data. Kelima, *report data* merupakan pengembangan dari hasil analisis yang dapat digunakan pada penelitian. Penelitian ini akan melalui 6 tahapan antara lain:

1. Tujuan & Kebaruan, tahapan ini peneliti akan menyimpulkan arah penelitian dan mengetahui kebaruan apa yang dapat dikembangkan serta dilengkapi dari penelitian sebelumnya.
2. Sinkronisasi Teori, Variabel & Indikator, memiliki tujuan menyamakan teori dengan rumusan variabel serta indikator penelitian. Dimana pada penelitian ini menggunakan teori: Komunikasi Politik, Media Sosial, E-Demokrasi. Sedangkan variabelnya yaitu Komunikasi Politik. Serta indikator yang digunakan yaitu Konten, Aktivitas Akun, dan Narasi media sosial.
3. Pengumpulan Data, proses mengumpulkan data primer maupun sekunder sesuai peristiwa yang diamati.
4. Pengkodean Data, memiliki tujuan untuk mengklasifikasikan data yang telah diambil.
5. Analisis Data, penelitian ini menggunakan aplikasi Nvivo 12Plus melalui fitur *Crosstab Query*, *Chart Analysis*, dan *Word Cluod Analysis*.
6. Penyajian Data, tahapan untuk menarasikan. teori dan selanjutnya mendapatkan kesimpulan

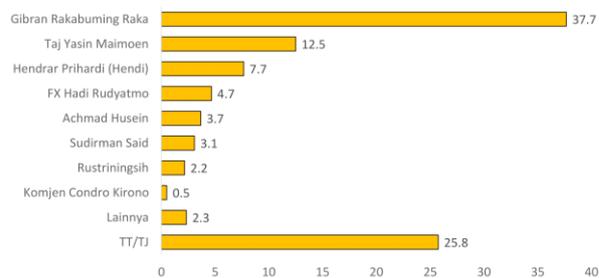
1.9.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan memiliki pemusatan fokus terhadap implementasi media sosial yang digunakan sebagai instrumen dalam penyampaian masalah yang ada di masyarakat kepada pemerintah. Maka penelitian ini akan fokus pada bagaimana penggunaan media sosial sebagai bentuk komunikasi politik oleh Gibran Rakabuming Raka sebagai Wali Kota Surakarta dalam menerima pelaporan masyarakat di kota Surakarta. Untuk itu, lokasi yang digunakan pada penelitian ini dengan menganalisis akun media sosial Twitter Gibran Rakabuming Raka (@gibran_tweet) dengan waktu penelitian pada Oktober 2022 hingga Juni 2023 dalam melakukan pengumpulan data. Pemilihan waktu penelitian dari Oktober 2022 dikarenakan adanya hasil survei Charta Politika yang menunjukkan elektabilitas Gibran Rakabuming Raka pada 2022 tertinggi sebagai calon Gubernur Jawa Tengah. Hal ini menjadi menarik untuk dilakukan analisis bagaimana komunikasi politik yang dibangun Gibran Rakabuming Raka sehingga masyarakat Jawa Tengah banyak memilihnya menjadi calon Gubernur.

Gambar 1.4 Hasil Survei Elektabilitas Pilkada Jawa Tengah 2022

Elektabilitas Pilkada Provinsi Jawa Tengah

Seandainya pemilihan Kepala Daerah Jawa Tengah dilaksanakan hari ini siapakah yang akan Bapak/Ibu/Saudara pilih dari nama-nama di bawah ini?



Secara tertutup, Gibran Rakabuming Raka menjadi pilihan responden tertinggi sebagai Kepala Daerah Jawa Tengah (37.7%).



SURVEI PROV. JAWA TENGAH | PERIODE SEPTEMBER 2022

9

Sumber: (Charta Politika Indonesia, 2022)

1.9.3 Sumber Data

Poin penting pada penelitian data terdiri dari tahap pengumpulan data, analisis, dan mendapatkan hasil serta kesimpulan. Maka melakukan pengumpulan data yang sesuai menjadi dasar dalam mencapai hasil yang akurat sesuai dengan topik penelitian yang diambil. Pada pembagian dikotomi data terdiri atas dua jenis yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan akan dijelaskan sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer merupakan perolehan data yang bersumber langsung melalui subjek penelitian melalui alat pengumpulan data yang dilakukan langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang akan dicari (Sugiyono, 2015). Subjek dari penelitian yakni pemanfaatan platform media sosial untuk komunikasi politik dari Gibran Rakabuming Raka sebagai Wali Kota Surakarta yang menjadikan akun media sosialnya sebagai media pelaporan bagi masyarakat kota Surakarta untuk melaporkan permasalahan yang terjadi di Surakarta. Selanjutnya objek yang diambil oleh peneliti yakni analisis media sosial Twitter dari Gibran Rakabuming Raka (@gibran_tweet) sebagai Wali Kota Surakarta.

Tabel 1.5 Akun Twitter dan Jumlah Pengikut (Followers) Gibran Rakabuming Raka

Nama	Akun Twitter	Followers
Gibran Rakabuming Raka	@gibran_tweet	1,1 M

Sumber: Diolah oleh Peneliti

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Samsu, 2017). Penggunaan data sekunder pada penelitian ini diambil dari beberapa sumber diantaranya buku, artikel jurnal, berita, dan sumber bacaan

lain yang memiliki kesesuaian dengan dasar teori Komunikasi Politik, Media Sosial, dan E-demokrasi. Dalam penelitian ini sumber-sumber yang berkaitan dengan dasar teori tersebut berguna untuk memperkuat argumentasi serta analisis terhadap fenomena pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi politik bagi kepala daerah muda.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010) teknik pengumpulan data menjadi suatu langkah penting pada penelitian dikarenakan sebuah penelitian pasti memiliki tujuan utama dalam mendapatkan sebuah data. Maka pada penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan sebagai berikut:

a) Studi Pustaka

Studi pustaka (*library research*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dalam mengumpulkan sebuah data melalui cara memahami serta mempelajari teori-teori yang muncul dari berbagai referensi yang berkaitan dengan suatu penelitian (Adlini et al., 2022). Maka dalam mengumpulkan data tersebut menggunakan cara pada mencari sumber sekaligus mengonstruksinya dari berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, berita, dan riset terdahulu. Untuk itu, pada penelitian ini akan spesifik menggunakan sumber referensi yang berkaitan dengan kajian mengenai Komunikasi Politik, Media Sosial, dan E-Demokrasi. Selain itu, peneliti diharapkan untuk mempertahankan objektivitas selama melakukan pengamatan data hingga dalam melakukan analisis dari fenomena yang terjadi.

b) Data Media Sosial

Penggunaan data media sosial pada penelitian ini mengacu pada isi konten serta narasi yang dipakai, sehingga dapat melihat bagaimana Gibran Rakabuming Raka dalam membangun isi konten dan narasi media sosial sebagai bentuk komunikasi politik yang dilakukan kepala daerah bagi masyarakatnya. Pengumpulan data media sosial pada penelitian ini yakni melalui pengkodean data. Pengkodean data yang dilakukan peneliti ini akan mengumpulkan informasi yang sesuai dengan isi konten dan narasi yang dihadirkan oleh Gibran Rakabuming Raka sebagai Wali Kota Surakarta pada media sosial Twitternya. Maka diharapkan data yang diperoleh ini dapat menghasilkan banyak informasi terkait komunikasi politik melalui media sosial, terutama pada kepala daerah muda.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Pada teknik analisis data digambarkan sebagai suatu tahapan pada pengelolaan data yang akan digunakan untuk mendapatkan suatu nilai penting dan memiliki makna bagi penelitian. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data dengan model Analisis Isi (*Content Analysis*) yang akan berisikan pada beberapa kegiatan seperti mengklasifikasikan lambang-lambang dalam proses komunikasi, menggunakan klasifikasi sesuai dengan keperluan data penelitian, dan melakukan teknik prediksi dalam menentukan hasil analisis (Fiantika & Maharani, 2022).

Penelitian ini akan menggunakan data media sosial dengan berfokus pada media sosial Twitter sebagai kajian utama. Dimana analisisnya menggunakan *Qualitative Data Analysis Software* (Q-DAS) dengan perangkat bantu analisis data menggunakan aplikasi Nvivo 12Plus. Penggunaan aplikasi ini akan memanfaatkan fitur Ncapture sebagai alat dalam mengimpor data dari akun Twitter sehingga dapat digunakan

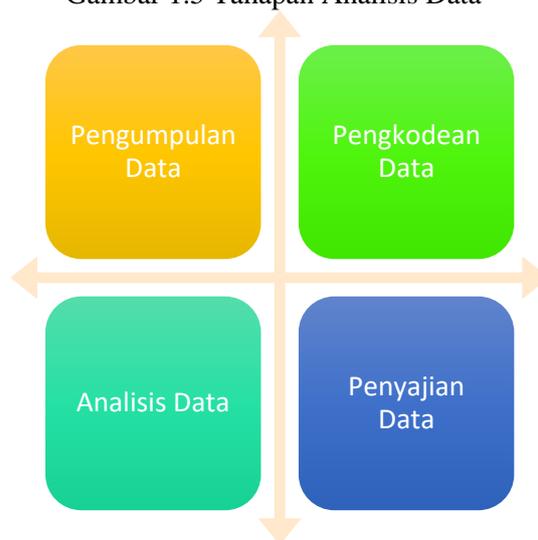
sebagai analisis aktivitas akun (Nizaruddin et al., 2017). Maka analisis data yang akan dilakukan meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

Tabel 1.6 Teknik Analisis Nvivo 12 Plus

Nvivo 12 Plus		
Analisis	Analisis Data	Tujuan Analisis
<i>Crosstab Query</i>	Analisis yang Memiliki Kaitan dengan Isi Konten serta Dikotomi yang Dilakukan Aktor dalam Media Sosial	Mengetahui isi konten dominan yang muncul dalam media sosial sekaligus mengetahui dikotomi yang dihadirkan aktor pada Twitter terkait komunikasi politiknya
<i>Chart Analysis</i>	Analisis Aktivitas Akun	Mengetahui aktivitas akun media sosial Twitter dari aktor yang di analisis
<i>Word Cloud</i>	Analisis Narasi dalam Media Sosial	Mengetahui narasi apa saja yang tersebar dan dominan dalam Twitter yang berkaitan dengan komunikasi politik Gibran Rakabuming Raka

Sumber: Diolah oleh Peneliti

Gambar 1.5 Tahapan Analisis Data



Sumber: Diolah oleh Peneliti

Tahapan analisis data didefinisikan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, proses mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang diperlukan sebagai tujuan analisis data dari media sosial Twitter.
2. Pengkodean data, dilakukan untuk menentukan istilah maupun indikator yang berguna dalam mengklasifikasikan data media sosial yang kemudian dilakukan pengelompokan.
3. Analisis data, pada tahap ini peneliti menggunakan fitur yang ada di Nvivo 12Plus untuk membuat data statistik menggunakan tiga analisis yaitu *cluster analysis*, *chart analysis*, dan *word cloud analysis*.
4. Penyajian data, pada tahap ini peneliti akan menyampaikan data dan menilai menggunakan narasi dan secara deskriptif.