

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi informasi di Indonesia sangat melesat sejak tahun 2013 hingga 2018, tidak luput dibidang politik. Kemajuan ini juga tidak lepas dari kemampuan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi dengan lebih mudah (Rahman, Latifah, & Fachrurrazi, 2022). Percepatan informasi juga membuat politik Indonesia menjadi lebih cepat dalam menyampaikan, membuat, menerima, dan merespons informasi bagi publik. Hasil kemajuan teknologi informasi membuat setiap lapisan masyarakat bisa mendapatkan dan mengakses berbagai informasi baik secara nasional maupun internasional. Dengan begitu publik semakin mudah dalam menyampaikan kebebasan pendapat dan menyampaikan gagasan di media elektronik sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi. Dengan percepatan teknologi informasi ini membuat masyarakat menjadi lebih peduli terhadap isu pemerintahan, politik, dan menyalakan kembali jiwa demokratisnya.

Kemajuan teknologi informasi yang luar biasa ini memberikan dampak yang besar dan mempermudah publik dalam mempermudah pekerjaannya sehari-hari (Yunus, 2022). Komunikasi menjadi tidak mengenal jarak yang memungkinkan komunikasi dapat terjadi dengan baik serta efektif dan efisien dalam prosesnya dan menimbulkan sedikit *noise* di dalamnya. Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga mengubah cara pandang publik dan

meninggalkan beberapa budaya asli dan melakukan akulturasi budaya modern yang mulai masuk kepada peradaban masing-masing. Teknologi informasi pasti memberikan dampak yang positif dan negatif di dalam penerimaannya oleh masyarakat. Kebijakan pengguna teknologi sangat perlu ditekankan untuk bisa memanfaatkan teknologi informasi sebagai sebuah hasil kemajuan modern sebagai sebuah bentuk teknologi informasi.

Salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi adalah penemuan internet. Internet telah menjadi media digital yang dapat dikunjungi tanpa mengenal waktu dan jarak. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs dengan situs lainnya dalam waktu sekejap mata (Novianto, 2011). Hal ini menjadi titik balik digitalisasi seluruh bidang. Dengan ditemukannya internet, mempermudah aktivitas manusia untuk bisa dilakukan dan diakses dari manapun, kapanpun, dan oleh siapapun selama penggunaannya masih terhubung dengan koneksi pada internet. Internet menjadi pilihan alternatif oleh publik dalam mencari informasi, internet menjadi sumber informasi yang memuat banyak sekali data, fakta, dan realitas yang termuat dalam situs-situs media *online*. Kemudian salah satu dari penemuan internet lainnya adalah hadirnya media sosial, sebagai media *online* yang mempertemukan banyak pengguna dalam jaringan.

Media sosial merupakan sebuah media *online* yang dibuat untuk mempertemukan manusia dengan manusia lainnya untuk bisa berkoneksi dalam menjalin hubungan sosial secara virtual. Media sosial juga membantu manusia berinteraksi secara berkelompok dalam sebuah grup, kanal publik, maupun forum komunikasi digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

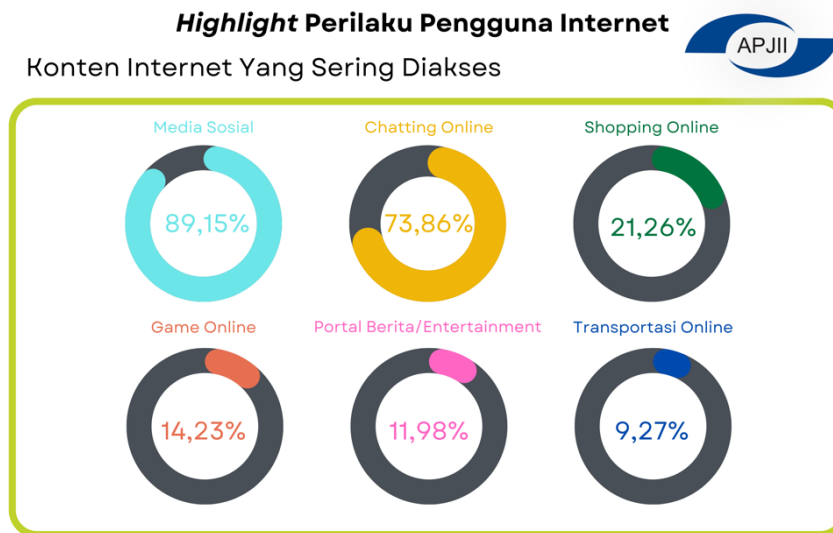
menciptakan sebuah kehidupan masyarakat baru yang diberi nama masyarakat digital (Sulistianti & Sugiarta, 2022). Dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat digital melakukan interaksi mereka untuk berkomunikasi digital. Bahkan, beberapa masyarakat digital belum pernah bertemu secara langsung dalam kehidupan. Hal ini menjadikan media sosial sebagai media konstruksi sosial secara digital. Salah satu media sosial yang ramai digunakan adalah Twitter.

Twitter adalah sebuah media sosial yang digunakan untuk mempertemukan pengguna Twitter secara digital, dengan logo burung berwarna biru yang melambangkan setiap penggunaanya terus berkicau untuk terus berinteraksi satu sama lain. Hingga 2023 awal di Indonesia terdapat 24 juta pengguna, di Inggris 23,15 juta pengguna, dan Turki sebanyak 18, 55 juta pengguna (Annur, 2023). Indonesia menjadi salah satu pengguna Twitter terbanyak di dunia. Dwi Ardiansyah, selaku *Industry Head Twitter* Indonesia menyatakan pengguna Twitter di Indonesia sebanyak 43% berusia 18-24 tahun, yang berarti didominasi oleh Gen Z sebagai pengguna aktif Twitter (Nisriyana, 2022). Lebih lanjut lagi Twitter sebagai salah satu media *online* juga menjadi salah satu media yang paling aktif dalam memberikan informasi secara *real time*, sehingga membuat media *online* ini menjadi tempat pemenuhan kebutuhan informasi penggunaanya. Fitur *trending topic* yang ada di Twitter banyak digunakan oleh publik untuk mencari, mengolah, dan berbagi informasi terhangat dan terpopuler yang sedang ramai dibicarakan oleh pengguna lainnya (Rufaidha & Irhanadayaningsih, 2022).

Politik didasari pada sebuah kepentingan dalam mewujudkan suatu tujuan yang disepakati bersama. Indonesia sebagai sistem pemerintahan berjenis

demokrasi telah membentuk suatu konfigurasi politik dengan memberikan pengaruh terhadap beberapa kebijakan dalam mencapai sebuah tujuan tersebut (Angraini, 2022). Dinamika politik di Indonesia membutuhkan sebuah gerakan besar dan mampu menjangkau kalangan lebih luas lagi. Gerakan dinamika politik Indonesia mulai bergeser untuk dilakukan secara digital melalui kampanye politik digital, tanpa meninggalkan kampanye konvensional. Dalam aktivitas politik, perhatian masyarakat Indonesia yang besar kepada internet menjadi sebuah gerakan baru bagi politisi Indonesia untuk melakukan kampanye politik secara digital (Nofiard, 2022).

Partisipasi politik saat ini semakin banyak terjadi dalam *platform digital*, tempat orang menyajikan berbagai informasi yang mendatangkan partisipasi (Amalia & Aji, 2021). Partisipasi yang dilakukan dapat dilihat pada berbagai macam kegiatan sukarela dan hal ini tidak memperlihatkan sebuah sikap apapun. Kampanye politik secara digital dilakukan untuk mengubah sudut pandang para petinggi bahwa mereka tidak apatis dan cepat bertindak melalui media sosial yaitu dengan menyatakan sikap politik. Amalia dan Aji juga menyatakan jika sebuah gerakan politik mulai menjadi *trending* atau *booming*, dapat disimpulkan jika publik memperhatikan dan tertarik dengan kampanye politik tersebut, baik dengan respons positif maupun negatif. Salah satu cara melakukan kampanye politik digital adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai media kampanye.



Gambar 1. 1 Highlight Perilaku Pengguna Internet

Sumber: APJII, (2022)

Alasan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi politik karena mudah diakses oleh semua kalangan (Wahyudi, 2018). Hal ini juga didasari oleh penelitian APJII pada tahun 2022 yang menyatakan konten yang sering diakses pengguna internet adalah media sosial, sebanyak 89,15% yang merupakan penggunaan terbanyak. Media sosial digunakan untuk menyebarluaskan program-program kerjanya, menambah elektabilitas dan popularitas politisi dan partai politik, bahkan media sosial digunakan publik untuk mendapatkan informasi-informasi yang sedang berkembang. Media sosial juga terbuka dalam informasi apapun dalam menyampaikan informasi sehingga bisa diakses oleh siapapun, kapanpun, dari manapun.

Pengguna Twitter paling banyak mengakses konten humoris yang relevan dengan keseharian penggunanya, konten edukatif dengan bahasa yang mudah

dimengerti, dan konten yang relevan dengan *brand* tapi tidak *hard selling* (Adriansah, 2019). Melalui tiga konten di atas, Twitter memberikan apresiasi terhadap penggunanya yang aktif membuat konten dan citra yang tidak hanya unik namun juga menginspirasi. Membuat Twitter menjadi *platform* yang *engaging*, melalui cuitan pengguna sehingga mempermudah terjadinya sebuah percakapan dan itu membantu Twitter menjadi bagian dari kehidupan pengguna sebagai media komunikasi.

Generasi Z atau biasa disebut Gen-Z menurut (Susanti & Safitri, 2021) merupakan generasi yang lahir pada 1995-2010. Generasi ini mulai mendominasi jumlah penduduk di Indonesia. Gen-Z paham betul terkait hal yang berkaitan dengan politik yang merupakan sebuah catatan penting untuk berkontribusi secara langsung pada pelaksanaan dan dinamika politik di Indonesia (Arif, Rahmawati, & Andriyani, 2022). Peranan Gen-Z sebagai calon pemimpin masa depan harus mulai dibiasakan dari sekarang termasuk berpartisipasi langsung dalam dinamika politik karena Gen-Z yang akan menjadi penerus dan pemegang tongkat estafet kepemimpinan negara Indonesia.

Adanya kecanggihan di era digital memudahkan setiap orang untuk berpartisipasi politik secara digital, terutama Gen-Z yang sangat dekat dengan internet dan memenuhi persyaratan kepemilikan hak suara menjadi lebih mudah dalam mengikutkan diri dan berpartisipasi politik (Yolanda & Halim, 2020). Partisipasi politik oleh Gen-Z dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari mencari informasi, berinteraksi dengan orang lain melalui tukar pendapat, hingga membuat *meme* bertemakan politik juga menjadi kegiatan partisipasi politik Gen Z

terhadap politik Indonesia, meskipun Yolanda dan Halim juga menyatakan jika Gen-Z ketertarikannya masih lebih lemah dari pada generasi yang berusia 35 tahun keatas.

Partai politik di Indonesia bertumbuh dengan cepat pasca kebebasan bicara dan berpendapat hadir mengisi kehidupan demokrasi di Indonesia (Silitonga & Roring, 2023). Sejak berkembangnya partai politik, berkembang pula kegiatan kampanye yang dilakukan untuk mendekati diri kepada masyarakat dalam mencari simpatisan. Salah satu partai yang cukup terkenal adalah Gerindra atau Gerakan Indonesia Raya. Gerindra berdiri pada tahun 2008, yang dibentuk oleh Fadli Zon dan Hashim Djojohadikusumo. Kemudian sah menjadi partai ketika didaftarkan oleh Prabowo Subianto ke KPU pada tahun 2008. Gerindra juga merupakan partai yang mengusung Prabowo dalam mencalonkan diri sebagai calon presiden Indonesia 2009 (Sejarah Partai Gerindra, 2015).



Gambar 1. 2 Profile Akun Twitter @Gerindra

Sumber: Twitter @Gerindra

Salah satu bentuk komunikasi politik Gerindra adalah dengan aktif memberikan informasi melalui akun Twitternya, dibuktikan dengan jumlah *tweets* sebanyak 128.4K sejak akun Twitter @Gerindra hadir bulan Oktober 2011. Hal ini pasti menjadi sebuah strategi kampanye untuk dapat menarik simpatisan dan relawan pada kebutuhan politik Gerindra dimasa mendatang. “Kalau Bukan Kita, Siapa Lagi? Kalau Bukan Sekarang, Kapan Lagi? Ikuti terus perjuangan Partai Gerakan Indonesia Raya dalam membangun Indonesia yang Berdikari” merupakan *tagline* partai Gerindra yang disematkan pada bio akun @Gerindra untuk memberikan kesan pertama dan membuat para pengunjung mengetahui nilai yang diangkat oleh partai Gerindra. Menggunakan logo elang yang merupakan logo partai sebagai foto profil akun, memperlihatkan akun Twitter @Gerindra sebagai akun *official* yang dikelola oleh partai Gerindra sendiri.

Mengenalkan tentang politik pada generasi Z tidak bisa lagi menggunakan cara-cara konvensional seperti kampanye, baliho di pinggir jalan, acara TV maupun sosialisasi-sosialisasi yang biasa dilakukan tidak akan menarik bagi generasi Z. Pendidikan politik pada generasi Z harus memanfaatkan berbagai macam teknologi untuk membangun citra diri terlebih dengan adanya media sosial yang merupakan keseharian dari para generasi Z. Pendidikan politik pada generasi Z saat ini selain melalui pendidikan formal juga pendekatan melalui konten-konten di sosial media yang dekat dan dapat diterima oleh generasi Z. Sehingga akan tumbuh generasi penerus bangsa yang melek politik dan mampu meneruskan estafet kepemimpinan bangsa (Setiyowati, Alfiandra, & Nurdiansyah, 2022).



Dari hasil survey yang telah dilakukan oleh peneliti, generasi Z yang berumur 22 tahun sampai 27 tahun mengenal, mengetahui dan mengikuti akun twitter Gerindra. Hal ini dikarenakan partai Gerindra seringkali menjadi *trending topic* di twitter dan konten yang mereka posting sangat menarik perhatian masyarakat khususnya pada generasi Z.

Akun @Gerindra tak jarang memanfaatkan Twitter sebagai media komunikasi dengan gaya komunikasi santai, sering kali akun @Gerindra melakukan *comment*, *like*, atau *retweet* terhadap konten yang tidak berhubungan dengannya. Hal ini dilakukan dalam pendekatan kepada pengguna Twitter dalam menarik simpatisan dan menyiapkan pengikut untuk berpartisipasi dalam politik Indonesia secara langsung (Putri A. N., 2021). Alasan lain penggunaan komunikasi dengan konotasi tidak serius dan formal layaknya akun pemerintahan atau perusahaan lain, @Gerindra ingin menyuarakan juga tentang politik itu santai namun serius juga, maka dari itu pemilihan komunikasi dengan konotasi komedi ini menjadi salah satu cara yang efektif untuk mendapatkan simpatisan pada

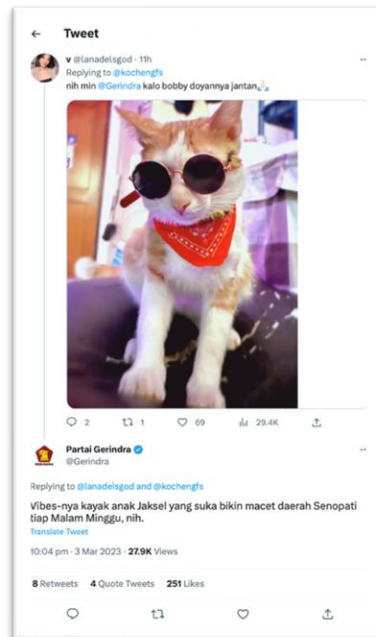


Gambar 1. 3 Akun @Gerindra Membagikan Tiket Konser Gratis

Sumber: Akun Twitter @Gerindra

aplikasi Twitter, sehingga Gerindra memiliki citra yang cukup baik pada publik terutama pengguna Twitter.

Akun Twitter @Gerindra mencoba untuk mendekati diri dengan para generasi muda Indonesia, salah satu yang dilakukan dalam mencari perhatian generasi muda Indonesia adalah dengan unggahannya pada media sosial twitter pada tanggal 8 Maret 2023. Partai Gerindra melalui Twitternya membagikan tiket konser Black Pink yang merupakan *girlband* berasal dari Korea Selatan yang sedang melakukan konser di Indonesia. Sontak hal ini menjadi *viral* dan mendapatkan 4.7 juta penonton pada unggahan tersebut. Hal ini dikarenakan Black Pink memiliki banyak penggemar di Indonesia, dimana penggemarnya didominasi oleh generasi muda yang menjadi sasaran dan target partai Gerindra. Kemudian hal ini menjadi sebuah gebrakan yang tepat dalam mendapatkan perhatian dari generasi muda Indonesia.



Gambar 1. 4 Respons @Gerindra terhadap Random Topic  
Sumber: akun Twitter @Gerindra

Selanjutnya Gerindra tidak hanya berhenti disitu, namun Gerindra menciptakan nuansa partai yang santai dalam merespons pengguna Twitter lainnya. Salah satunya pada gambar 1.4, partai Gerindra merespons pengguna Twitter yang menyebut akun Twitter @Gerindra dalam sebuah gambar kucing dengan busana yang lucu. Partai Gerindra melalui adminnya memberikan opini yang terkesan santai dan menghibur sebagai bentuk respons atas *mention* yang dilakukan. Hal ini

tentunya memperlihatkan jika partai Gerindra memberikan perhatiannya terhadap segala topik, tidak melulu tentang politik.

Dalam unggahannya kali ini memperlihatkan partai @Gerindra mengunggah sebuah *meme* atau sebuah tiruan pada sesuatu hal dalam konteks hiburan, yang memuat isi tentang kepercayaan pada kekuatan anime menyertainya.



Gambar 1. 5 Meme yang Dibagikan oleh Akun @Gerindra

Sumber : Akun Twitter @Gerindra

Hal ini selain menjadi bahan hiburan, Gerindra juga menyebutkan anime dalam *meme* tersebut. Dimana masyarakat Indonesia sendiri menikmati pesona Jepang melalui beberapa jenis media salah satunya anime (Yamane, 2020). Sehingga menggunakan *meme* mengandung Anime merupakan salah satu yang tepat dalam membuat pengguna Twitter terhibur. Selain itu konten yang menggunakan *meme* sebagai instrumen membangun koneksi dengan audiens adalah salah satu cara yang efektif (Fitrianto, Ardhoyo, Dewi, & Meliala, 2022). Sehingga penggunaan *meme*

dan menyebutkan Anime menjadi salah satu komunikasi yang cukup baik dalam membangun hubungan dengan pengguna Twitter Indonesia.

Kejadian baru-baru ini adalah, konser Coldplay, salah satu band Internasional yang terkenal di dunia akan melakukan konser di Indonesia pada 15 November 2023 mendatang. Banyaknya penggemar band ini membuat isu ini ramai



Gambar 1. 6 Respon @Gerindra terhadap Permintaan Publik

Sumber: Akun Twitter @Gerindra

diperbincangkan, tak terkecuali pengikut partai @Gerindra. Salah satu pengikut @Gerindra dengan *username* @SonyFebriawann, membuat sebuah Tweet untuk menanyakan apakah ada *give away* tiket konser Coldplay oleh partai @Gerindra seperti pada konser Black Pink sebelumnya. Namun Partai Gerindra belum memberikan keputusan, dengan memberikan komentar jika penjualan tiket secara resmi belum diumumkan. Hal ini menjadi salah satu cara yang tepat mengingat antusias penggemar Coldplay di Indonesia yang cukup tinggi. Jika @Gerindra akan membuat *give away* tiket Coldplay, kemungkinan banyak peserta *give away* akan diikuti oleh banyak orang.

Dari latar belakang yang peneliti sebutkan di atas, peneliti melihat adanya sebuah hal yang tidak biasa partai politik yang cenderung kaku, serius, dan formal menjadi lebih cair, merespons semua topik, dan menggunakan konotasi yang tidak

terlalu serius dalam merespons publik dengan tujuan mendapatkan perhatian dan menarik simpatisan Generasi Z Twitter . Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi generasi Z terhadap akun Twitter partai Gerindra.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana persepsi generasi Z Indonesia terhadap akun Twitter partai Gerindra?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi Z di Indonesia terhadap akun Twitter partai Gerindra.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yakni

### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bisa menambah wawasan atau khazanah keilmuan mengenai komunikasi politik atau media sosial pada partai politik. kemudian bisa menjadi sebuah landasan berpikir untuk penelitian selanjutnya.

### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini bisa digunakan oleh Politisi, Partai Politik dalam melakukan strategi kampanye politik digital melalui media sosial Twitter.