

BAB III

PEMBAHASAN

A. Pengantar

Dalam bab ini peneliti mengupas tentang pola komunikasi yang digunakan oleh cagub melalui akun Twitternya selama masa kampanye putaran I. Kampanye putaran pertama tanggal 24 Juni- 7 Juli 2012 diikuti oleh 6 kandidat cagub yaitu Fauzi Bowo, Hendarji Soepandji, Joko Widodo, Hidayat Nur Wahid, Faisal Basri dan Alex Noerdin. Masing-masing cagub memiliki akun Twitter pribadi yaitu @bangfauzibowo milik Fauzi Bowo, @jokowi_do2 milik Jokowi, @FaisalBiem milik Faisal Basri, @alexnoerdin milik Alex Noerdin, @hendardji74 milik Hendarji Soepandji dan @hnurwahid milik Hidayat Nur Wahid. Seluruh *tweet* yang berkaitan dengan masa kampanye periode I tersebut digunakan sebagai data oleh peneliti.

Pola komunikasi dari *tweet* masing-masing cagub dijelaskan menggunakan metode analisis genre dan interaksi cagub dengan pengikut akunnya dianalisa menggunakan model e-demokrasi. Analisis genre yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang dikenalkan oleh Yates dan Orlikowski tahun 2006 (dalam Sabo, 2011) dengan menggunakan unsur 5W+1H untuk mengetahui pola komunikasi dari *tweet-tweet* anggota Parlemen Norwegia.

Unsur 5W+1H terdiri dari *why* digunakan untuk menganalisa tujuan dari komunikasi; *what* untuk mengetahui konten dari percakapan atau *tweet* yang diunggah; *who* untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam percakapan di *tweet* tersebut; *how* untuk mengetahui elemen linguistik apa saja yang

membentuk isi *tweet*; *when* untuk menjelaskan waktu seperti peristiwa dan konteks terbentuknya *tweet* tersebut dan *where* untuk menginformasikan lokasi ketika menuliskan *tweet* dan kehadiran cagub kehadiran cagub secara fisik atau virtual.

Penggunaan analisis genre dijelaskan lebih lanjut dalam bab ini. Temuan data dari masing-masing cagub akan dikelompokkan berdasarkan pola komunikasi yang muncul dalam akun Twitter cagub. Setelah itu pola komunikasi tersebut diurutkan berdasarkan banyaknya kejadian sehingga akan ditemukan pola komunikasi yang dominan. Langkah selanjutnya adalah menganalisis masing-masing pola tersebut menggunakan model e-demokrasi Paivarinta dan Sabo (2008). Tahap ini digunakan peneliti untuk menjelaskan penggunaan Twitter sebagai ruang komunikasi politik bagi institusi politik dan warga. Setelah mendapatkan temuan data, peneliti akan menunjukkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabo.

B. Temuan Data

1. Fauzi Bowo

Pada akun Twitter @bangfauzibowo peneliti menemukan satu pola komunikasi yaitu mencantumkan tautan sebagai sumber informasi. Alamat tautan yang dituju berasal dari beritajakarta.com dan halaman web pribadi cagub yaitu bangfauzi.com.

Tabel 3.1.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Fauzi

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi	4 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Pola komunikasi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.1.2

Tabel Kategorisasi Cagub Mencantumkan Tautan Sebagai Sumber Informasi

1.	<i>Why</i>	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi.
	<i>What</i>	Dalam <i>tweet</i> ini Fauzi Bowo mencantumkan tautan yang berisi : <ul style="list-style-type: none"> - artikel yang memuat daerah-daerah yang mendukung pasangan Fauzi dan Nara - artikel mengenai tokoh dangdut terkemuka yang mendukung pasangan nomor 1 - program kerja Fauzi yang dijadikan percontohan - artikel Jakarta sejajar dengan Singapura dan Hongkong.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini bersumber dari cagub yang ditujukan ke pengikut akun Twitternya.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merupakan kalimat atau kutipan dari artikel yang diunggah oleh cagub melalui <i>tweetnya</i> kemudian pada bagian kedua merupakan tautan yang mengarah ke sumber lain. Pada satu <i>tweet</i> mengandung tanda pagar (#) MajuTerusJKT.
	<i>When</i>	<i>Tweet</i> ditulis selama masa kampanye dan masa tenang. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 27 Juni dan 29 Juni.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> .

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas, posting *tweet* akun @bangfauzibowo memiliki unsur *why* yaitu mencantumkan tautan sebagai sumber informasi kepada khalayaknya. Unsur *why* merupakan klasifikasi dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Fauzi ketika masa kampanyenya (4 kejadian).

Unsur *what* merupakan topik yang dibahas dalam tema tersebut. Pada tabel 3.1.2 unsur *what* menunjukkan bahwa cagub sering mencantumkan tautan pada *tweet* yang ditulisnya. Tautan tersebut berisi pemberitaan positif mengenai kinerjanya sebagai gubernur dan dukungan dari tokoh-tokoh masyarakat kepada dirinya sebagai cagub DKI Jakarta pada waktu tersebut. Halaman tautan yang dituju berisi artikel dari sumber lain yang terkait dukungan dari beberapa daerah yang ditujukan kepada cagub Fauzi; program Bank Sampah milik Fauzi yang menjadi percontohan bagi daerah lain; dan sebuah artikel dengan judul Jakarta sejajar dengan Singapura dan Hongkong. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah :

29 Jun

H. Fauzi Bowo @bangfauzibowo

Rhoma Irama Nilai Foke-Nara Paling Pas Pimpin Jakarta:
<http://bit.ly/OCXn32> #MajuterusJKT

29 Jun

H. Fauzi Bowo @bangfauzibowo

Komparta Dukung Pasangan Foke-Nara <http://bit.ly/L6Futt>
 _____ #MajuTerusJKT.

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian. Bagian pertama dari *tweet* di kategori ini merupakan kalimat atau kutipan dari artikel dari media yang diunggah oleh cagub. Pada bagian kedua merupakan tautan yang mengarah ke sumber artikel tersebut. Pada satu *tweet* ditemukan tanda pagar #MajuTerusJKT. Tagar ini tidak digunakan konsisten karena hanya dapat ditemukan pada satu *tweet*.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan waktu dan konteks ketika cagub menuliskan *tweet*. Dari topik-topik yang tergabung pada tabel 3.1.1 ditemukan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis ketika masa kampanye dan masa tenang. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub Fauzi secara *online*.

Pola komunikasi mencantumkan tautan pada cagub Fauzi Bowo menunjukkan artikel yang berisi dukungan dan berita positif ketika ia memimpin Jakarta sebagai Gubernur periode 2007-2012. Dari artikel tersebut sebagai Gubernur, Fauzi telah berhasil mensejajarkan Jakarta dengan Singapura dan Hongkong dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) khususnya yang berasal dari Asia Pasifik. Berdasarkan artikel tersebut kemajuan pembangunan di Jakarta ditambah semakin stabilnya ekonomi, politik, dan keamanan menjadi faktor bertambahnya kunjungan wisman.

Artikel lainnya berisi pernyataan dari Komparta (Komunitas Pelanggan Air Minum Ibukota), sebagai Gubernur Fauzi telah berhasil memenuhi kebutuhan air minum yang bersih. Selama ini masalah air bersih menjadi masalah di ibukota yang padat penduduk. Dengan programnya Fauzi dianggap telah mengatasi masalah tersebut.

Kedua artikel ini menunjukkan bahwa selama kepemimpinannya sebagai Gubernur Jakarta, Fauzi memiliki prestasi dan program kerjanya telah diakui manfaatnya oleh pihak lain. Sebagai cagub *incumbent*, Fauzi menunjukkan bahwa ia layak dipilih sebagai Gubernur DKI Jakarta untuk kedua kalinya.

2. Hendarji Soepandji

Pada akun Twitter @hendardji74 ditemukan lima pola komunikasi yaitu :

Tabel 3.2.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Hendarji

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi	120 kejadian
2.	Berinteraksi dengan pengikut akunya	55 kejadian
3.	Mengungkapkan pernyataan politik	33 kejadian
4.	Menginformasikan kegiatan cagub	15 kejadian
5.	Membahas isu di luar topik politik	5 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Dalam temuan data ini peneliti menemukan interaksi antara cagub dengan pengikut akun Twitternya berisi nasehat, saran atau kritik untuk program kampanye dan programnya jika terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta. Interaksi ini dapat dimulai dari *tweet* yang diunggah cagub sebelumnya dan dikomentari oleh pengikut akunya atau pengikut akun mengirim *tweet* yang ditujukan ke cagub.

Pola komunikasi yang mencantumkan tautan ke halaman lain oleh cagub dimanfaatkan untuk mengarahkan pengikut akun mengakses halaman web pribadi cagub yaitu hendardjisoepandji.net. Web tersebut dikelola oleh Hendarji dan tim kampanyenya, sehingga seluruh muatan web tersebut berisi informasi dan program kampanye serta berita mengenai Hendarji. Secara lebih jelasnya temuan data yang ditemukan oleh peneliti berisi:

- a. Pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi

Tabel 3.2.2

Tabel Kategorisasi Cagub Tautan sebagai Sumber Informasi

1.	<i>Why</i>	Cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi
	<i>What</i>	Cagub mencantumkan tautan pada <i>tweet</i> yang ditulisnya, tautan tersebut mengarah pada halaman web pribadi cagub. Konten pada halaman web pribadi cagub berisi tentang segala berita mengenai aktivitas dan kisah unik yang dialami cagub selama masa kampanye. Masing-masing berita tersebut ditulis dan diunggah menggunakan web tim sukses cagub.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini selain cagub sebagai pemilik akun. <i>Tweet</i> ditujukan untuk umum.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat pengantar atau poin utama dari artikel. Bagian kedua terdiri tautan yang mengarahkan pembaca menuju web tim sukses cagub.
	<i>When</i>	Selama masa kampanye dan peristiwa-peristiwa yang mengiringi kampanye. <i>Tweet</i> ini terjadi pada 24 Juni-7 Juli.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.2.2 merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mencantumkan tautan sebagai sumber informasi (120 kejadian).

Unsur *what* merupakan topik yang dibahas dalam tema tersebut. Pada tabel 3.2.2 unsur *what* menunjukkan jika selama masa kampanye segala berita mengenai aktivitas dan kisah unik diberitakan oleh tim sukses cagub. Masing-masing berita tersebut ditulis dan diunggah menggunakan web tim sukses cagub yaitu hendardjisoepandji.net.

Topik artikel yang diangkat dalam web tersebut berisi persiapan Hendarji untuk maju dalam Pilkada dan kegiatan yang dilakukannya selama masa kampanye. Tidak jarang artikel tersebut juga menjadi media berargumentasi cagub atas berbagai isu yang menimpanya sebagai calon independen dan media untuk menjabarkan program yang ditawarkannya.

Salah satu contoh berita mengenai kegiatan yang diselenggarakan cagub yang dimuat dalam halaman web tersebut adalah sosialisasi tata cara pencoblosan ketika berkampanye di salah satu daerah. Dalam artikel tersebut menyebutkan bahwa Hendarji mengajarkan tatacara mencoblos yaitu:

3 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Cagub DKI Independen Cara Mencoblos A la Bang Adji, Satu
Dibuka, 2 Dicoblos! <http://dlvr.it/1pC9F2>

Pencantuman tautan menuju halam web pribadi cagub ini merupakan salah satu cara menyebarkan informasi dengan singkat dalam sebuah *tweet*, selain itu juga bermakna menyebarkan informasi mengenai web yang dimiliki oleh cagub tersebut. Informasi yang berada dalam halaman web pribadi cagub hanya memuat pemberitaan khusus tentang cagub Hendarji selaku pemilik halaman web. Pemberitaan mengenai cagub lain atau pemberitaan negatif mengenai cagub tidak disiarkan dalam halaman web ini. Sehingga secara tidak langsung konten dalam halaman web ini digunakan untuk meningkatkan citra positif cagub di mata pendukungnya.

Tidak ada yang terlibat dalam *tweet* kategori ini, topik-topik tersebut ditujukan untuk seluruh khalayak Twitternya. Pada unsur *how* disebutkan jika dalam kategori ini *tweet* terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat pengantar atau poin utama dari artikel. Bagian kedua terdiri tautan yang mengarahkan pembaca menuju web tim sukses cagub dan artikel yang terkait.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa artikel-artikel tersebut ditulis selama masa kampanye dan memberitakan peristiwa-peristiwa unik atau penting yang mengiringi kampanye cagub. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

b. Pola komunikasi cagub berinteraksi dengan pengikut akun Twitternya.

Tabel 3.2.3

Tabel Kategorisasi *Tweet* Interaksi Cagub dengan Pengikut Akun Twitternya

2.	<i>Why</i>	Berdialo dengan pengikut akun Twitternya.
	<i>What</i>	Dialog pada akun Hendarji memuat konten : <ul style="list-style-type: none"> - Cagub menampung nasehat, saran dan kritik mengenai program dan kegiatan kampanyenya. - Cagub mendengarkan keluhan dari warga dan memberikan janji akan menyelesaikan masalah tersebut jika nanti terpilih. - Hendarji juga mendapatkan dukungan baik berupa doa dan masukan untuk kampanyenya.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini melibatkan cagub dan pengikut akun Twitternya.
	<i>How</i>	Kebanyakan <i>tweet</i> terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merujuk pada <i>tweet</i> yang memancing komentar atau memang sengaja ditujukan kepada cagub dan kemudian dijawab oleh cagub. Elemen linguistik yang berkaitan dengan Twitter yang merujuk pada pengguna dengan tanda <i>mention</i> “@”. Pada beberapa <i>tweet</i> interaksi ditemukan ada lebih dari satu alamat akun yang dituju.
	<i>When</i>	Selama masa kampanye dan dalam waktu senggang cagub untuk membalas <i>tweet</i> . Setelah pengikut akun mengikuti

		kampanye dan seluruh program-program cagub. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 25-27 Juni, 29-30 Juni, 1-2 Juli dan 3-5 Juli.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel dan PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.2.3 merupakan temuan data dari interaksi cagub dengan pengikut akun Twitternya. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu cagub berpartisipasi dalam dialog dengan pengikut akun Twitternya (55 kejadian). Unsur *what* memuat konten interaksi antara cagub dengan pengikut akun Twitternya. Konten interaksi tersebut berupa nasehat, saran dan kritik mengenai program dan kegiatan kampanye cagub. Dalam interaksi tersebut cagub mendapat keluhan dari pengikut akun Twitternya dan memberikan janji akan menyelesaikan masalah tersebut jika nanti terpilih. Dari interaksi dengan pengikut akunnya Hendarji juga mendapatkan dukungan baik berupa doa dan saran untuk kampanyenya. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah:

7 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

@daditt banjir adalah tanggung jwb bersama pem pusat, pemda, dan daerah penyangga. Sehingga dana dr APBN dan APBD @bagusadhita

5 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Trims RT @EastStar501 kt ibu sy, alm ayahanda pak Hendarji, dokter Supandji, itu org baik & suci. Jd sdh sepantasnya klo putranya memimpin

Unsur *who/m* menunjukkan adanya interaksi antara cagub dan pengikut akunnya. Pola komunikasi interaksi ini banyak yang dimulai oleh pengikut

akun cagub kemudian direspon oleh cagub. Topik yang sering mendapat respon dari cagub adalah saran atau pertanyaan yang berkaitan dengan program kerja cagub.

Akun @hendardji74 selain berinteraksi dengan warga, cagub juga merespon *tweet* yang bersumber dari anggota tim suksesnya yaitu @jakfarfaumis mengenai informasi tentang artikel pasangan Hendarji dan Reza Patria di media cetak dan informasi suasana kampanye cagub di daerah Semper Barat. Selain itu peneliti menemukan *tweet* dari salah seorang anaknya dengan akun @icarch yang menceritakan jika sedari kecil ayahnya sudah menekankan pentingnya memiliki cita-cita.

Pada unsur *how* disebutkan bahwa kebanyakan *tweet* terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merujuk pada *tweet* yang memancing komentar atau memang sengaja ditujukan kepada cagub dan bagian kedua adalah jawaban dari cagub. Elemen linguistik yang berkaitan dengan Twitter adalah tanda “@” yang menunjukkan adanya pihak yang dituju. Pada interaksi yang dilakukan cagub beberapa *tweet* ditemukan mengandung lebih dari satu alamat akun. Contoh *tweet* tersebut adalah :

1 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Betul, heh heh heh RT @filemonnoya: Bs ky Denmark '92 ni RT @hanityo: Foke,HNW,Alex,Faisal,Jokowi. Ksian amat Hendarji gada yg ngmgin.

30 Jun

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Itu tdk benar RT @farididoev Itu jg perkiraan saya RT"@AryaSandhiyudha: Menurut saya, Hendarji dan Riza ialah "tim sukses" Foke-Nara.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan waktu dan konteks *tweet* adalah selama masa kampanye dan ketika cagub memiliki waktu senggang untuk membalas *tweet*. Selain itu melalui *tweet* yang direspon cagub dapat diketahui bahwa interaksi terjadi setelah pengikut akun mengikuti kampanye atau mengamati seluruh program-program cagub. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

- c. Pola komunikasi cagub memberikan pernyataan politik atau opini pribadinya mengenai topik aktual.

Tabel 3.2.4

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Cagub mengenai pandangan pribadinya

3.	<i>Why</i>	Mengutarakan pernyataan politik atau memberikan opini pribadinya mengenai topik aktual.
	<i>What</i>	Dalam <i>tweet</i> ini Hendarji <ul style="list-style-type: none"> - memaparkan strategi dan solusi untuk permasalahan Jakarta - menjelaskan arti slogan kampanyenya - meyakinkan bahwa independen pun mampu memimpin - mengkritisi program pemerintah dan kinerja Gubernur yang bertugas saat itu - menceritakan prestasinya.
	<i>Who/m</i>	Dalam <i>tweet</i> ini cagub sebagai sumber informasi, <i>tweet</i> bersumber dari cagub dan ditujukan kepada khalayak Twitternya.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat singkat yang kemudian dilanjutkan dengan tanda "#". Tagar yang ditemukan pada pola komunikasi ini adalah #IndependenUntukJakarta.
	<i>When</i>	<i>Tweet</i> dituliskan selama masa kampanye dan pengumpulan massa, setelah melakukan debat dengan cagub lain, setelah mendapatkan keraguan jika independen mampu memimpin

		Jakarta, dan ketika Hendarji mendapat kritik jika independen akan kesulitan melawan DPRD. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 26 Juni, 1 Juli, 5-7 Juli.
	<i>Where</i>	<i>Online.</i>

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mengutarakan pernyataan politik atau memberikan opini pribadi mengenai topik aktual. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Hendarji ketika mengomentari kasus atau isu selama masa kampanye (33 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* dalam kategori ini berisi paparan strategi dan solusi untuk permasalahan Jakarta; menjelaskan arti slogan kampanyenya (Jakarta bebas Kumis), meyakinkan bahwa independen pun mampu memimpin Jakarta; mengkritisi program pemerintah dan kinerja Gubernur yang bertugas saat itu; menceritakan prestasinya.

Cagub Hendarji menggunakan pola komunikasi ini untuk menunjukkan kapasitasnya sebagai cagub karena banyak pihak meragukan kemampuannya memimpin ibukota. *Tweet* yang membahas mengenai prestasi dan analisisnya terhadap kinerja serta program pemerintah merupakan tanggapan dari hasil interaksi pengikut akun yang meragukan kemampuan Hendarji.

Contoh *tweet* dalam kategori ini yang menceritakan prestasinya adalah :

5 Jul
Hendarji Soepandji @Hendarji74

Saya akan mewujudkan good governance dan clean government untuk meningkatkan pelayanan publik yang baik berkualitas #IndependenUntukJakarta

5 Jul

Hendardji Soepandji @Hendardji74

Saya pernah membongkar kasus korupsi dana ASABRI 415milyar dan dana BTPWP 129milyar. Ini bukti anti korupsi #IndependenUntukJakarta

Topik-topik tersebut menunjukkan tidak ada pihak yang terlibat dalam *tweet*, maka keseluruhan *tweet* tersebut ditujukan kepada seluruh khalayak Twitternya. Pada unsur *how* bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat singkat yang kemudian dilanjutkan dengan tanda pagar “#” untuk informasi yang disampaikan. Tagar yang ditemukan peneliti adalah #IndependenUntukJakarta. Selama masa kampanye putaran I ditemukan ada 185 *tweet* yang berasal dari akun lain dan akun pribadi cagub yang mengandung tagar ini.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis selama masa kampanye, setelah Hendardji melakukan debat dengan cagub lain, setelah mendapatkan keraguan jika independen mampu memimpin Jakarta dan ketika Hendardji mendapat kritik jika independen akan kesulitan mendapatkan dukungan DPRD. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

d. Pola komunikasi cagub memberikan informasi mengenai kegiatannya.

Tabel 3.2.5

Tabel Kategorisasi *Tweet* informasi tentang kegiatan cagub

4.	<i>Why</i>	Memberikan informasi mengenai kegiatan cagub.
	<i>What</i>	Informasi kegiatan yang dibagikan oleh cagub adalah <ul style="list-style-type: none"> - Memberitahukan agenda kampanye. - Mengajak pembaca untuk bergabung dalam kampanye. - Menginformasikan program televisi yang membahas debat antarcagub dan memuat program kerja cagub Hendarji - Memberitahukan bahwa dirinya sedang <i>live</i> siaran di RRI.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada pihak yang terlibat dalam <i>tweet</i> , selain cagub sebagai sumber informasi.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini berisi kalimat singkat, lugas dan persuasif.
	<i>When</i>	Setelah melakukan kegiatan kampanye, melakukan debat di TV dan siaran di RRI. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 29 Juni, 6 dan 7 Juli.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel dan PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.2.5 merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu cagub memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukannya (15 kejadian). Unsur *what* memuat konten informasi agenda kampanye dan ajakan ke pembaca *tweet* agar bergabung dalam kampanye. Melalui pola komunikasi ini Hendarji juga menginformasikan program televisi yang membahas acara debat para cagub atau memuat program Hendarji dan memberitahukan kegiatannya ketika sedang *live* siaran di RRI.

Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah :

6 Jul

Hendardji Soepandji @Hendardji74

Setelah debat cagub. Malam ini saya sempatkan mengunjungi pendukung di darul aitam tanah abang.

28 Jun

Hendardji Soepandji @Hendardji74

Saksikan para cagub bersantai di @terastinatalisa di indosiar malam ini pukul 23.00

Unsur *who/m* menunjukkan tidak ada pihak yang terlibat dalam *tweet*, maka keseluruhan *tweet* tersebut ditujukan kepada seluruh khalayak Twitternya. Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* berisi kalimat singkat, lugas dan persuasif.

Unsur selanjutnya adalah *when* menunjukkan *tweet* tersebut ditulis cagub selama masa kampanye sehingga cagub menginformasikan sekaligus mengajak pengikut akunnya untuk terlibat dalam kegiatan tersebut. Selain itu cagub Hendardji memberitahukan program TV atau radio setelah selesai melakukan syuting untuk debat dan melakukan siaran di RRI. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

e. Pola komunikasi cagub membahas konten di luar politik.

Tabel 3.2.6

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Cagub Membahas Konten di luar politik

5.	<i>Why</i>	Membahas konten di luar politik
	<i>What</i>	Dalam <i>tweet</i> ini Hendardji membahas topik-topik : <ul style="list-style-type: none"> - menceritakan masa kecilnya - mengucapkan terima kasih pada khalayak Twitter yang telah membaca buku ibunya

	<ul style="list-style-type: none"> - membahas kota yang menginspirasi cagub - menyapa serta memberikan kalimat motivasi pada khalayak Twitternya.
<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini bersumber dari cagub yang ditujukan ke pengikut akun Twitternya dan tidak ada pihak lain yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini.
<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merupakan kalimat yang menunjukkan isi dari <i>tweet</i> kemudian pada bagian kedua disertai tanda pagar (#) untuk menegaskan kalimatnya.
<i>When</i>	Beberapa <i>tweet</i> ditulis setelah memaparkan strategi dan program unggulan dari cagub, setelah melakukan kampanye dan menautkan akun @TerimakasihIBU. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 28 Juni dan 3-5 Juli.
<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.2.6 merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu membahas konten di luar politik (5 kejadian). Unsur *what* menunjukkan bahwa topik di luar konten politik digunakan cagub untuk menceritakan masa kecilnya dengan membahas pendidikan yang diajarkan oleh ibunya dan kenangan foto sewaktu digendong ibunya.

Melalui pola komunikasi ini cagub mengucapkan terima kasih pada khalayak Twitter yang telah membaca buku ibunya. Cagub Hendarji juga membahas kota yang menginspirasi dirinya, melalui *tweet* dalam pola komunikasi ini cagub menyapa serta memberikan kalimat motivasi pada khalayak Twitternya. Pada waktu Hendarji berkampanye, ibunya Roesmiati Soepandji tengah menerbitkan sebuah buku yang membahas kisahnya untuk mendidik anak sehingga sekarang anak-anaknya bisa meniti karir seperti sekarang ini.

Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah :

7 Jul

Hendardji Soepandji @Hendardji74

Selamat pagi warga Jakarta. Yakinlah pilihanmu benar. Pilih figur jujur, anti korupsi dan independen #IndependenUntukJakarta

5 Jul

Hendardji Soepandji @Hendardji74

Saya masih menyimpan pigura foto ibunda saat menggendong saya usia 2thn. @terimakasihIbu #IndependenUntukJakarta

Unsur *who/m* menunjukkan tidak ada *mention* di dalam *tweet* maka keseluruhan *tweet* tersebut ditujukan kepada seluruh khalayak Twitternya. Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merupakan kalimat yang menunjukkan isi dari *tweet* kemudian pada bagian kedua disertai tanda pagar (#) untuk menegaskan kalimatnya. Tanda pagar yang digunakan oleh Hendardji adalah #IndependenUntukJakarta. Tagar ini merupakan tanda pagar yang digunakan konsisten oleh cagub Hendardji dalam menuliskan *tweetnya*, tagar ini juga digunakan dalam pola komunikasi lain yang terdapat dalam akun Hendardji.

Unsur selanjutnya adalah *when* menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis selama masa kampanye, beberapa *tweet* ditulis setelah cagub Hendardji memaparkan strategi dan program unggulan. *Tweet* dalam pola komunikasi ini juga ditulis setelah cagub melakukan kampanye dan merespon akun @TerimakasihIBU untuk setiap *tweet* inspirasi mengenai sosok ibu. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

Berdasarkan pola-pola komunikasi yang ditemukan pada akun Twitter cagub Hendarji selama masa kampanye, menunjukkan bahwa cagub ini menggunakan Twitter sebagai media menyalurkan seluruh agenda kampanyenya. Dengan latar belakang pendidikan militer, Hendarji terbiasa bekerja menggunakan strategi dan pertimbangan-pertimbangan taktis untuk mengatasi masalah. Oleh karena itu meskipun ia maju sebagai cagub independen, dirinya yakin mendapatkan suara dan menang dalam Pilkada.

Pemikiran ala militer tersebut nampak nampak dalam pola komunikasi yang ditemukan pada akun Twitter miliknya, cagub ini memiliki pola komunikasi yang terbanyak diantara cagub lainnya. Dominasi pola komunikasi mencantumkan tautan menunjukkan cagub menjadikan web pribadinya sebagai media menampung seluruh agenda kampanye politiknya. Sebagai cagub independen, media massa jarang memberitakan dirinya dan ia menggunakan web pribadinya untuk berkomunikasi dan menampilkan kegiatannya sebagai informasi kepada masyarakat. Oleh karena dikelola oleh tim suksesnya maka berita tersebut berisi pemberitaan positif mengenai Hendarji, dengan kata lain web tersebut merupakan media promosi untuk memilih dirinya sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2012-2017.

Dari pola komunikasi interaksi juga menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan cagub Hendarji cenderung kaku dan lugas. Sebagai salah seorang pemegang jabatan tinggi dalam militer, Hendarji terbiasa memberikan instruksi kepada bawahannya. Tentunya gaya bahasa dalam instruksi tersebut haruslah lugas dan jelas agar bawahannya tidak melakukan

kesalahan. Kelugasan kalimat yang digunakan Hendarji jelas terlihat ketika pengikut akunya sangsi dirinya tidak akan menang dalam Pilkada, Hendarji menjawab dengan optimis dan menyebutkan kompetensi serta prestasinya. Pola komunikasi menginformasikan kegiatan yang dilakukan cagub juga menunjukkan kalimat yang digunakan cagub singkat dan informatif.

Hendarji menunjukkan sosok yang mampu berpikir kritis dengan menyebutkan strategi-strateginya untuk menyelesaikan masalah ibukota. Namun dibalik sikap kemiliteran, dirinya juga menunjukkan pribadi yang hangat dan berbakti kepada ibunya yang ditunjukkan pada pola komunikasi membahas topik di luar politik.

3. Joko Widodo

Pada akun Twitter pribadi Joko Widodo peneliti menemukan tiga pola komunikasi pada isi *tweet* yang ditulisnya. Ketiga pola komunikasi tersebut adalah:

Tabel 3.3.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Jokowi

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Melakukan interaksi dengan pengikut akunya	85 kejadian
2.	Memberikan informasi mengenai kegiatan cagub	13 kejadian
3.	Membahas topik di luar konteks politik	6 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Dalam interaksi yang dilakukan oleh Jokowi dengan pengikutnya tidak ditemukan adanya pertanyaan dari cagub melainkan pengikut akun sendiri yang aktif dalam komunikasi tersebut. Penjelasan ketiga pola komunikasi tersebut lebih jelasnya sebagai berikut :

a. Pola komunikasi cagub berinteraksi dengan pengikut akun Twitternya.

Tabel 3.3.2

Tabel Kategorisasi *Tweet* Interaksi Jokowi dengan Pengikut Akun Twitternya

1.	<i>Why</i>	Berpartisipasi dalam dialog bersama khalayak akun Twitternya.
	<i>What</i>	Berbagai macam topik dibahas dalam interaksi ini, mulai dari pertanyaan kegiatan pada hari tersebut dan masukan untuk program Jokowi. Kebanyakan <i>tweet</i> yang mendapat respon adalah <i>tweet</i> yang berisi dukungan, keluhan, saran, dan pertanyaan mengenai kegiatan atau ciri khas dari Jokowi.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini melibatkan cagub dan pengikut akunya.
	<i>How</i>	Kebanyakan <i>tweet</i> terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merujuk pada <i>tweet</i> yang memancing komentar dan kemudian bagian kedua merupakan komentar dari pihak lain dalam interaksi. Elemen linguistik yang berkaitan dengan Twitter adalah tanda “@” dan tanda “#” untuk menyatakan topik dari pengirim <i>tweet</i> .
	<i>When</i>	Di waktu senggang ketika cagub selesai berkampanye di lokasi tertentu. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 24-28 Juni 2012 dan 5-7 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub Jokowi. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu cagub berpartisipasi dalam dialog bersama khalayak akun Twitternya. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Jokowi ketika mengomentari *tweet* yang ditujukan kepadanya (85 kejadian).

Pada tabel 3.3.2 unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari interaksi dan dialog antara cagub dengan pengikut akunya dimulai dari pertanyaan kegiatan pada hari tersebut dan masukan untuk program Jokowi.

Kebanyakan *tweet* yang mendapat respon adalah *tweet* yang berisi dukungan, keluhan, saran, dan pertanyaan mengenai kegiatan atau ciri khas dari Jokowi.

Dari interaksi *tweet* ini menunjukkan Jokowi disayangi oleh pendukungnya karena topik yang dibahas dalam interaksi ini menunjukkan bahwa pengikut akunya sangat memahami kesukaan dari cagub Jokowi. Beberapa di antara *tweet* yang ditujukan ke cagub berisi ajakan kepada Jokowi untuk menonton konser music *rock*, menanyakan apakah Jokowi masih menggunakan kets yang biasa dipakainya dan mengingatkan Jokowi untuk beristirahat karena padatnya kegiatan yang sudah dilakukannya. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah,

7 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

yes "@tonyarfian: sudah malam, istirahat pak @jokowi_do2 , we need u fully fit for tommorow"

7 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

kapan ya?"@satrioops: Pak, nonton konser Linkin Park kapan2 sama saya yuk pak, @jokowi_do2 wkwk"

Unsur *who/m* menunjukkan adanya interaksi antara cagub dengan pengikut akunya melalui berbalas *tweet*. Interaksi tersebut dibangun dari pengguna yang tergerak untuk memberi komentar pada *tweet* yang ditulis dari cagub atau sebaliknya, cagub membalas *tweet* yang ditujukan kepadanya. Dalam interaksi ini peneliti menemukan adanya dua tokoh dunia hiburan yang memberikan dukungan kepada Jokowi, kedua tokoh tersebut adalah Olga Lydia (@OlgaLY_DIA) dan Adie MS (@addiems).

7 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

thx mbak olga."@OlgaLy DIA: Bs jd contoh ni RT @deilasurai: kmrn ktmu pak @jokowi_do2 pas kampanye d balai kartini beliau datang tanpa penga

24 Jun

Joko Widodo @jokowi_do2

terimakasih mas adie "@addiems: Jokowi, Mbah. RT @sudjiwotedjo: @addiems Pegang siapa DKI-1 cuuuk?"

Adanya interaksi antara cagub dengan pengikut akunya memasukkan elemen Twitter “@”. Simbol tersebut merupakan simbol *mention* atau menunjukkan alamat profil yang dituju. Pada kategori interaksi ini paling banyak dalam satu *tweet* terdapat tiga tanda *mention* “@”, seperti pada contoh *tweet* di atas. Selain simbol *mention* ada juga simbol “#” yang menunjukkan topik yang menjadi fokus dari isi *tweet* tersebut, tanda pagar yang ditemukan dalam akun Jokowi adalah #GreenactionforJaka, #JakartaBaru dan #DKI1. Tanda ini bukan ditulis oleh cagub melainkan dari pengikut akun yang *tweetnya* direspon oleh cagub.

Pada unsur *how* dijelaskan bahwa *tweet* interaksi terdiri dari dua bagian. Bagian pertama merujuk pada *tweet* yang memancing komentar dan kemudian bagian kedua merupakan komentar dari pengikut akun. Karakteristik *tweet* interaksi adalah adanya elemen linguistik yang berkaitan dengan Twitter seperti tanda “@” yang merujuk pada pengguna atau alamat akun.

Unsur selanjutnya adalah *when* menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis selama masa kampanye dan ditulis setelah cagub Jokowi selesai

berkampanye di lokasi tertentu. Unsur *where* merupakan lokasi yang menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

b. Pola komunikasi cagub memberikan informasi mengenai kegiatan cagub.

Tabel 3.3.3

Tabel Kategorisasi *Tweet* Informasi Mengenai Kegiatan Cagub

2.	<i>Why</i>	Menginformasikan mengenai kegiatan cagub pada khalayak Twitter.
	<i>What</i>	Dalam <i>tweet</i> ini Jokowi memberitahukan lokasi kampanye; memberitahu program televisi yang membahas program-program kampanyenya dan ajakan untuk tertib berlalu lintas.
	<i>Who/m</i>	Dalam <i>tweet</i> ini tidak ada pihak lain yang terlibat kecuali cagub. Pernyataan cagub dalam <i>tweet</i> ini menunjukkan bahwa cagub sebagai sumber informasi.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> hanya terdiri dari pernyataan singkat, satu atau dua kalimat. Beberapa <i>tweet</i> mengandung ajakan untuk selalu tertib berlalu lintas atau mohon doa dari pengikut akunnya.
	<i>When</i>	<i>Tweet</i> ini ditulis ketika akan melakukan kampanye atau pada waktu kampanye. <i>Tweet</i> ini terjadi tanggal 24 Juni- 7 Juli 2012.
	<i>where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* informasi mengenai kegiatan cagub. Posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu menginformasikan mengenai kegiatan cagub pada khalayak Twitter. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Jokowi ketika memberitahukan kegiatannya selama masa kampanye kepada khalayak Twitternya (13 kejadian).

Tabel 3.3.3 unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari cagub pribadi berisi lokasi kampanye; memberitahu program televisi yang

membahas program-program kampanyenya dan ajakan untuk tertib berlalu lintas. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah :

5 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

jangan lupa nanti malam 19.30 MetroTv ada JakartaBaru. silahkan simak visi misi kami dg @basuki_btp ya.

28 Jun

Joko Widodo @jokowi_do2

pagi ini keliling condet, ciracas, lubang buaya, kel makasar, pondok bambu, pertanian tengah, cakung barat, kampung rambutan. mohon doa.

Topik-topik tersebut diketahui ditujukan kepada siapa melalui unsur *who/m*. Tidak adanya elemen Twitter “@” menunjukkan bahwa *tweet* tersebut ditujukan untuk umum, yaitu seluruh khalayak Twitternya. Pada unsur *how* dijelaskan bagaimana *tweet* itu terbentuk dan elemen-elemen linguistik apa saja yang menyertai *tweet* tersebut. Pada tabel 3.3.3 disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari pernyataan singkat.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis ketika cagub Jokowi akan melakukan kampanye dan pada waktu kegiatan kampanye. *Tweet* ini terjadi tanggal 24 Juni- 7 Juli 2012. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

c. Pola komunikasi cagub memberikan pernyataan di luar konten politik.

Tabel 3.3.4

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Jokowi di luar Konten Politik

3.	<i>Why</i>	Membahas konten di luar politik.
	<i>What</i>	Dalam <i>tweet</i> ini Jokowi membahas kegiatan yang

		dilakukannya di waktu senggang dan mengucapkan sapaan ke khalayak akunnya.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini berasal dari cagub sendiri sebagai sumber informasi.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari kalimat yang singkat dan kebanyakan tidak menunjukkan pihak yang dituju.
	<i>When</i>	Ketika masa kampanye dan program acara TV Indonesian Idol. <i>Tweet</i> ini terjadi tanggal 24-25 Juni, 29 Juni dan 7 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel dan PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu cagub membahas konten di luar politik. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Jokowi ketika tidak membahas kegiatan kampanyenya (6 kejadian).

Pada tabel 3.3.4 unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* Jokowi membahas kegiatan yang dilakukannya di waktu senggang seperti :

7 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

selamat istirahat, salam buat bapak, ibu, keluarga kalian, dari saya. terimakasih.

30 Jun

Joko Widodo @jokowi_do2

nonton indonesia idol dulu.

Topik-topik tersebut ditujukan kepada khalayak Twitternya. Dalam klasifikasi ini *tweet* berasal dari cagub sendiri sebagai sumber informasi. Informasi yang diberikan oleh cagub tidak ditujukan khusus kepada pihak lain.

Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari kalimat yang singkat dan tidak semua *tweet* jelas ditujukan kepada siapa. Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan waktu dan konteks ketika cagub menuliskan *tweet*. Dari topik-topik yang tergabung Pada tabel 3.3.4 ditemukan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis selama masa kampanye, ketika musim acara TV Indonesian Idol dan acara konser musik. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*

Dari pola-pola komunikasi yang ditemukan pada akun Twitter Jokowi menunjukkan bahwa cagub ini mementingkan interaksi dengan pengikut akunya ketimbang membahas agenda politik dalam akun Twiternya. Berdasarkan rekam jejak Jokowi sebagai walikota di Solo, dirinya mengutamakan pendekatan dan komunikasi langsung kepada warganya untuk mensosialisasikan program-program yang direncanakannya. Langkah yang terbukti efektif tersebut juga diterapkan pada konteks kampanye putaran I Pilkada DKI. Dirinya menggunakan fasilitas Twitter sebagai media berinteraksi dengan pengikut akunya.

Sejak menjadi walikota di Solo, Jokowi adalah sosok yang disayangi oleh warganya. Ia sukses merelokasi pedagang dengan tertib dan sering berinteraksi langsung dengan warga yang dipimpinnya. Pada akun Twitter miliknya cagub Jokowi menggunakan bahasa yang santai untuk membalas *tweet* yang ditujukan kepadanya. Gaya bahasa tersebut juga tampak dalam pola komunikasi membahas topik di luar konteks politik dan memberikan informasi kegiatan yang dilakukan oleh cagub. Dengan mengingatkan dan

menggunakan bahasa yang mudah dimengeti cagub tidak menampilkan dirinya sebagai politisi yang penuh retorika.

4. Hidayat Nur Wahid

Kategorisasi *tweet* pada Hidayat Nur Wahid hanya memuat satu pola komunikasi yaitu :

Tabel 3.4.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Hidayat

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Membahas topik di luar konteks politik	9 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Dalam akun cagub ini bukan berarti tidak ada *tweet* lain yang ditulis tapi karena hanya ditemukan satu *tweet* dalam pola komunikasi yang lain maka *tweet* tersebut tidak bisa disebut pola komunikasi.

Tabel 3.4.2

Tabel Kategorisasi *Tweet* di luar konteks politik

1.	<i>Why</i>	Cagub membahas topik di luar konteks politik
	<i>What</i>	Menyapa khalayak Twitternya dan memberikan kalimat-kalimat motivasi.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri kalimat yang ringkas dan jelas. Terdapat satu <i>tweet</i> yang memuat tanda “#” yaitu #HidayatDidik.
	<i>When</i>	Di waktu pagi hari ketika cagub akan memulai aktivitasnya.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu membahas topik di luar konteks politik. Unsur *why* merupakan tema dari topik

yang ditemukan dalam *tweet* cagub Hidayat ketika menyapa khalayak Twitternya (9 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari cagub pribadi membahas topik di luar konteks politik. Selama masa kampanye cagub memanfaatkan Twitter untuk menyapa pengikut akunnya. Kebanyakan *tweet* diawali salam Assalamu'alaikum kemudian dilanjutkan dengan kalimat motivasi untuk mengawali kegiatan mereka. Contoh *tweet* yang dimaksud dalam kategori ini adalah :

6 Jul

Hidayat Nurwahid @hnurwahid

Assalamu'alakum warga tercinta. Selamat pagi. Sambut hari dg senyum & wajah berseri. Berlomba dlm manfaat & kebaikan. Salam optimis.

1 Jul

Hidayat Nurwahid @hnurwahid

Terima kasih atas partisipasi warga tercinta di kampanye #HidayatDidik hari ini. Mohon maaf atas ketidaknyamanan, utk niat beresin Jakarta.

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Cagub sebagai pemberi informasi dan sumber dari isi *tweet*. Unsur *how* menyebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari kalimat yang singkat dan jelas. Dalam *tweet* kategori ini hanya ada satu *tweet* yang mengandung unsur linguistik Twitter “#”. Tagar yang ditemukan dalam *tweet* tersebut adalah #HidayatDidik. Selama masa kampanye putaran pertama ditemukan ada 13 tagar #HidayatDidik yang berasal dari akun cagub dan akun dari pihak lain.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut pada pagi hari ketika cagub akan memulai aktivitasnya. Hal ini diketahui dari ucapan selamat pagi yang ditulis setelah mengucapkan salam. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

Pola komunikasi membahas topik di luar konteks politik yang ditemukan pada akun Twitter Hidayat, menunjukkan bahwa cagub memperhatikan pendukungnya melalui sapaan dan kalimat motivasi yang dituliskannya. Melalui *tweet* dalam pola komunikasi tersebut, Hidayat merupakan tokoh yang besar dalam pendidikan agama Islam dan tokoh Partai Islam (PKS) sehingga dalam *tweet* yang dituliskannya juga menunjukkan identitas agama yang dianutnya.

5. Faisal Basri

Kategorisasi *tweet* pada akun @faisalbasri memuat empat pola komunikasi yaitu:

Tabel 3.5.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Faisal

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Memberikan pernyataan politik	122 kejadian
2.	Melakukan interaksi dengan pengikut akun Twitternya	36 kejadian
3.	Membahas topik di luar konteks politik	32 kejadian
4.	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi	10 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Berdasarkan temuan peneliti, pola komunikasi interaksi merupakan ruang bagi pengikut akun cagub Faisal untuk memberikan koreksi terhadap *tweet* yang ditulis cagub dan kritik ataupun saran untuk setiap program yang

diusulkan cagub. Berdasarkan temuan data, cagub tidak meminta masukan melainkan mendapatkan masukan secara sukarela dari pengikut akunya, sedangkan pada pola komunikasi pernyataan politik Faisal memberikan argumentasi mengenai kapabilitasnya sebagai cagub merujuk pada pemberitaan tentang diragukannya cagub independen. Lebih lanjut temuan peneliti dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pola komunikasi cagub memberikan pernyataan politik.

Tabel 3.5.2

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pribadi Cagub dalam Memberikan Pernyataan Politik

1.	<i>Why</i>	Memberikan pernyataan politik.
	<i>What</i>	Masa kampanye dimanfaatkan cagub untuk mensosialisasikan pandangan politik, program kerja, mengajak masyarakat agar ikut serta dalam Pemilu dan bergabung menjadi relawan untuk timnya. Selain itu melalui <i>tweetnya</i> Faisal juga menjelaskan alasannya maju sebagai cagub independen.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini. Cagub sebagai pemberi informasi dan penulis <i>tweet</i> .
	<i>How</i>	Pada setiap topik yang diunggah, cagub menggunakan serial <i>tweet</i> untuk <ul style="list-style-type: none"> - menjelaskan program kerjanya - menganalisa dan mengamati permasalahan Jakarta - menjelaskan slogan kampanyenya. Masing-masing <i>tweet</i> ini terdiri dari dua bagian Bagian pertama berisi kalimat yang merujuk pada isi analisa dan pandangan cagub dalam isu-isu tertentu. Bagian kedua terdapat tanda pagar (#) sebagai penanda topik yang diunggah cagub ini. Namun, tidak semua serial <i>tweet</i> mengandung tanda pagar. Beberapa di antaranya hanya berisikan nomor urut <i>tweet</i> kemudian isi bahasan.
	<i>When</i>	Kegiatan mengumpulkan dana yang dilakukan oleh relawan; sosialisasi program kerja kepada masyarakat melalui kampanye; setelah melakukan pertemuan atau diskusi dengan warga. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 1-5 Juli 2012.

	<i>Where</i>	<i>Online</i> , perangkat PC.
--	--------------	-------------------------------

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mengekspresikan pandangannya dalam isu-isu tertentu. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Faisal ketika mengomentari dan melakukan analisa terhadap permasalahan ibukota (122 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari cagub pribadi menjelaskan pandangan politiknya dan analisa timnya terhadap permasalahan ibukota. Selama masa kampanye cagub memanfaatkan Twitter untuk mensosialisasikan pandangan politik, program kerja serta mengajak masyarakat agar ikut serta dalam Pemilu dan bergabung menjadi relawan. Pandangan politiknya diwujudkan dalam slogan “Berdaya Bareng-Bareng” yang juga digunakan sebagai ajakan kepada masyarakat untuk menyumbang dana kampanye.

Sosialisasi program unggulan seperti *Golden Line* sebagai program untuk mengatasi macet dijelaskan melalui rangkaian *tweet*. Harapan untuk Jakarta dari Faisal juga diungkapkan melalui *tweet*, seperti menjadikan Jakarta sebagai kota yang beradab tanpa pandang kelas. Faisal juga mengkritik pembangunan selama ini tidak memperhatikan kebutuhan generasi muda, alasan tersebut menjadikan generasi muda menjadi skeptis dan apatis terhadap

politik. Selain itu melalui *tweet* ini ia juga menjelaskan alasannya maju sebagai cagub independen. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah,

5 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

32. Apakah revitalisasi bis ini dpt dilakukan? Tentu saja. Secara finansial sangat layak dan secara sosial sangat bermanfaat.

3 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Tiga kebutuhan dasar warga yg hrs dipenuhi: welfare (kesejahteraan), security (keamanan), & liberty (kebebasan). Ketiganya saling terkait.

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Cagub sebagai pemberi informasi dan sumber dari isi *tweet*. Pada unsur *how* disebutkan bahwa pada setiap topik yang diunggah cagub menggunakan serial *tweet* untuk membahas program kerjanya, analisa dan pengamatan cagub mengenai permasalahan Jakarta serta ketika menjelaskan slogan kampanyenya.

Masing-masing *tweet* dalam pola komunikasi ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat yang merujuk pada isi analisa dan pandangan cagub dalam isu-isu tertentu. Bagian kedua terdapat tanda pagar (#) sebagai penanda topik yang diunggah cagub ini. Namun, tidak semua serial *tweet* mengandung tanda pagar. Beberapa diantaranya hanya berisikan nomor urut *tweet* kemudian isi bahasan. Kata kunci yang digunakan dalam tanda pagar *tweet* Faisal adalah #bdayabareng2, #merawatJkt dan #Jakarta2012.

Tabel 3.5.3 Tanda Pagar yang dapat ditemukan dalam Akun Faisal

No	Tagar	Jumlah
1.	#bdayabareng2	9
2.	#merawatJkt	6
3.	#Jakarta2012	1

Sumber : hasil penelitian

Dari ketiga tagar tersebut yang konsisten digunakan oleh cagub adalah #bdayabareng2 karena merupakan *tagline* dari kampanye cagub Faisal, tagar #merawatJkt juga konsisten digunakan cagub ketika membahas program kampanyenya. Jumlah tagar #bdayabareng2 dan #merawatJkt didapatkan peneliti dari akun pribadi cagub dan akun lain. Tagar #Jakarta2012 hanya ditemukan dalam satu *tweet* cagub dan hanya digunakan oleh cagub sendiri.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan waktu dan konteks ketika cagub menuliskan *tweet*. Dari topik-topik yang tergabung pada tabel 3.5.2 ditemukan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis setelah kegiatan mengumpulkan dana yang dilakukan oleh relawan; melakukan sosialisasi program kerja kepada masyarakat melalui kampanye; dan setelah melakukan pertemuan atau diskusi dengan warga. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

b. Pola komunikasi cagub berinteraksi dengan khalayak Twitternya.

Tabel 3.5.4

Tabel Kategorisasi *Tweet* Interaksi Cagub dengan Khalayak Twitternya

2.	<i>Why</i>	Berpartisipasi dalam dialog dengan khalayak akun pribadi Faisal
	<i>What</i>	Melalui akun Twitternya Faisal sebagai cagub menampung

	aspirasi dan kritikan dari warga yang ditujukan padanya. Selain itu cagub juga mendapat koreksi kesalahan penulisan kalimat motivasi yang berbahasa Inggris dari pengikut akunya.
<i>Who/m</i>	Dalam <i>tweet</i> ini percakapan menjadi jelas siapa yang dituju, karena ada pertanyaan yang ditujukan kepada cagub dan kemudian dijawab oleh cagub sendiri dengan menyebutkan akun yang dituju.
<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian, pertama interaksi dimulai dari pertanyaan yang ditujukan ke cagub dan bagian kedua merupakan jawaban pertanyaan dari cagub. Pertanyaan dari pengikut akun cagub beberapa dimulai dari <i>tweet</i> yang sudah dituliskan oleh cagub, misalnya untuk program kerja pembenahan transportasi dan realisasinya.
<i>When</i>	Setelah menyapa khalayak Twitternya Faisal mendapatkan ucapan dan doa agar kegiatannya berjalan lancar; batas waktu <i>fund raising</i> ; sosialisasi program kerjanya sebagai cagub dan ketika salah satu anggota Korcam dikabarkan meninggal.
<i>Where</i>	<i>Online.</i>

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* interaksi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu berpartisipasi dalam dialog dengan khalayak akun pribadi Faisal. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Faisal ketika melakukan interaksi dengan membalas atau menjawab pertanyaan yang ditujukan dalam akun pribadinya (36 kejadian).

Unsur *what* merupakan topik yang dibahas dalam tema tersebut. Pada tabel 3.5.4 unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* interaksi antara cagub dengan pengikut akun Twitternya berisi aspirasi dan kritikan dari warga yang ditujukan padanya. Khususnya mengucapkan terima kasih untuk setiap doa yang diberikan padanya; pemberitahuan hari terakhir *fund raising* yang

dijadikan ajakan kepada warga lain untuk berpartisipasi, dengan menjadi cagub bukan soal adanya peluang tapi perjuangan untuk membuat perubahan; menjawab pertanyaan mengenai program kerja dan realisasinya serta mengutip ucapan belasungkawa dari salah satu pengikut akunnya kepada Korcam Makassar Jatim.

Dalam interaksi *tweetnya* cagub juga menerima koreksi kesalahan penulisan kalimat motivasi berbahasa Inggris dari pengikut akunnya. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah,

2 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

@AndrewMuntu Bukan soal peluang, tetapi soal perjuangan. Ajak yg lain utk membuat perubahan.

29 Jun

Faisal Basri @Faisalbasri

@1Srengenge saya sdh sering komentar ttg itu. Intinya: penegakan hukum&pendekatan sosial ekonomi. Penciptaan kesempatan+lapangan kerja. Mksh

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* menunjukkan adanya percakapan atau interaksi cagub dengan pengikut akunnya. Interaksi ini terdiri dari pertanyaan yang ditujukan kepada cagub dan kemudian dijawab oleh cagub sendiri dengan menyertakan alamat akun yang dituju. Pada interaksi yang dilakukan cagub ditemukan dua artis nasional yang mendukung cagub Faisal yaitu Pandji Pragiwakso dan Glen Fredly. Percakapan cagub Faisal dengan kedua tokoh ini berisi mengenai ucapan terima kasih atas dukungan yang diberikan kepadanya.

Tweet interaksi tersebut adalah :

2 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

@GlennFredly Terima kasih. GBU too dan semua warga Jakarta yg inginkan perubahan.

1 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Terima ksh banyak mas. Yuk, berdaya bareng2. RT @pandji:
Alasan saya mendukung Faisal Basri --->
<http://www.pandji.com/gimme5/>

Unsur *how* menyebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian, pertama interaksi dimulai dari pertanyaan yang ditujukan ke cagub dan bagian kedua merupakan jawaban pertanyaan dari cagub. Pertanyaan dari pengikut akun cagub beberapa dimulai dari *tweet* yang sudah dituliskan oleh cagub, misalnya untuk program kerja pembenahan transportasi dan realisasinya. Elemen linguistik yang ditemukan dalam kategori ini adalah “@” untuk menunjukkan alamat akun yang dituju.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis setelah menyapa khalayak Twitternya Faisal mendapatkan ucapan dan doa agar kegiatannya berjalan lancar; batas waktu *fund raising*; sosialisasi program kerjanya sebagai cagub dan ketika salah satu anggota Korcam dikabarkan meninggal. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

c. Pola komunikasi cagub membahas topik di luar konteks politik

Tabel 3.5.5

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Cagub di luar konteks politik

3.	<i>Why</i>	Membahas topik di luar konteks politik.
	<i>What</i>	Sebagai kandidat Gubernur DKI, Faisal juga membahas konten di luar politik untuk berkomunikasi dengan pendukungnya. Melalui akun <i>tweetnya</i> ia sering mengucapkan salam, memberikan motivasi menggunakan kutipan kata-kata mutiara ataupun dari ayat Al-Quran, mengucapkan terima kasih kepada pendukungnya dan mengajak untuk menonton film produksi negeri sendiri.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini berasal dari cagub yang ditujukan kepada seluruh khalayak akun Twitternya.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> terdiri dari kalimat yang merupakan kutipan dari ucapan tokoh lain atau bersumber dari cagub pribadi. Beberapa kalimat disertai tanda pagar (#) untuk menunjukkan topik slogan cagub dan topik yang dibahas oleh cagub.
	<i>When</i>	Setiap akan memulai kegiatan kampanyenya, acara pemutaran film di bioskop dan setelah menjalani kegiatan pengumpulan dana. <i>Tweet</i> ini terjadi tanggal 24 Juni, 26 Juni, 1-7 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online.</i>

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu membahas topik di luar politik. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Faisal ketika menceritakan kegiatannya selama masa kampanye dan memberikan semangat ke khalayak Twitternya melalui kalimat motivasi yang dikutip dan dituliskan di akun Twitternya (32 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari cagub juga membahas topik-topik di luar politik untuk berkomunikasi dengan pendukungnya. Melalui akun *tweetnya* cagub Faisal sering mengucapkan salam, memberikan motivasi menggunakan kutipan kata-kata mutiara ataupun dari ayat Al-Quran, mengucapkan terima kasih kepada pendukungnya dan mengajak untuk menonton film produksi negeri sendiri. Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah :

6 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Oh ya, ada beberapa film Indonesia yg layak ditonton utk akhir pekan. Dukung terus film Indonesia #bdayabareng2

4 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

#Bening akan pisahkan antara ketulusan yang penuh dengan kepura2an. Antara kesungguhan dengan main2.

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini berasal dari cagub yang ditujukan kepada seluruh khalayak akun Twitternya. Pada unsur *how* dijelaskan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari kalimat yang merupakan kutipan dari ucapan tokoh lain atau bersumber dari cagub pribadi. Beberapa kalimat disertai tanda pagar (#) untuk menunjukkan topik slogan cagub dan topik yang dibahas oleh cagub. Tanda pagar yang dapat ditemukan dalam pola komunikasi ini adalah #bening dan #bdayabareng2. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya tagar #bdayabareng2 merupakan tagar yang konsisten digunakan oleh cagub sedangkan tagar #bening hanya ditemukan pada dua

tweet cagub dan tidak ditemukan *tweet* dari akun lain yang menuliskan tagar tersebut dalam konteks yang sama.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan *tweet-tweet* tersebut ditulis setiap cagub akan memulai kegiatan kampanyenya, acara pemutaran film di bioskop, dan setelah menjalani kegiatan pengumpulan dana. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

d. Pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi.

Tabel 3.5.6

Tabel Kategorisasi cagub Mencantumkan Tautan Sebagai Sumber Informasi

4.	<i>Why</i>	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi
	<i>What</i>	Cagub mencantumkan tautan pada <i>tweet</i> yang ditulisnya. Dengan tautan tersebut Faisal menunjukkan foto-foto dan mengarahkan pembaca mengakses program-program unggulannya melalui Youtube.
	<i>Who/m</i>	Dalam <i>tweet</i> ini tidak ada pihak lain yang terlibat selain cagub.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat pengantar dari cagub. Bagian kedua terdiri tautan yang mengarahkan pembaca menuju halaman lain seperti blog dan <i>youtube</i> .
	<i>When</i>	Selama masa kampanye sehingga banyak tautan bermuatan politik dan berisi informasi mengenai kegiatan kampanye dan sosialisasi program. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 28 Juni, 1-2 Juli, 5 Juli dan 7 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> .

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.5.6 merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mencantumkan tautan sebagai sumber informasi. Unsur *why* merupakan tema dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Faisal ketika

menampilkan informasi, data atau pengetahuan yang penting untuk dibagikan ke khalayak akun Twitternya (10 kejadian).

Unsur *what* merupakan topik yang dibahas dalam tema tersebut. Pada tabel 3.5.6 unsur *what* menunjukkan bahwa *tweet* yang berasal dari cagub pribadi mencantumkan tautan pada *tweet* yang ditulisnya. Dengan tautan tersebut Faisal menunjukkan foto-foto dan mengarahkan pembaca ke situs Youtube. Salah satu contoh *tweet* pada kategori ini adalah :

7 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Untuk program2 @FaisalBiem yang lain, bisa dilihat di tautan ini
[http://www.youtube.com/playlist?list=PLC342546C26DFA540 ...](http://www.youtube.com/playlist?list=PLC342546C26DFA540...)

7 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Seperti apa 5 program @FaisalBiem utk generasi muda tersebut?
 Silakan dicek langsung di video ini:
<http://youtu.be/Nor8KBV6N94>

Topik-topik tersebut tidak secara langsung ditujukan kepada seseorang karena tidak adanya elemen Twitter “@”. Sehingga dapat diketahui jika *tweet* tersebut ditujukan untuk umum, yaitu seluruh khalayak Twitternya untuk mengajak pembaca *tweet* tersebut berkunjung ke halaman yang dimaksud.

Pada unsur *how* dijelaskan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi kalimat pengantar dari cagub. Bagian kedua terdiri tautan yang mengarahkan pembaca menuju halaman Youtube yang digunakan sebagai media sosialisasi program kerjanya.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan *tweet-tweet* tersebut ditulis selama masa kampanye sehingga banyak tautan bermuatan politik dan berisi informasi mengenai kegiatan kampanye dan sosialisasi program. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

Cagub Faisal merupakan seorang akademisi dan tokoh yang kerap mengkritisi kebijakan pemerintah, khususnya yang berkaitan dengan ekonomi politik. Sebagai akademisi, Faisal menunjukkan kemampuan analisa masalahnya dalam pola komunikasi pernyataan politik dan membahas topik tersebut melalui rangkaian *tweet* sehingga lebih jelas dan runtut. Bahasa yang digunakannya formal dan juga menggunakan istilah-istilah asing seperti tampak pada pola komunikasi memberikan pernyataan politik dan membahas topik di luar konteks politik. Ia juga tidak segan dikoreksi karena kesalahan penggunaan kata dalam *tweet* yang ditulisnya. Hal itu menunjukkan sikap terbuka terhadap kritik yang membangun.

Kemampuan analisisnya menunjukkan cagub Faisal memahami popularitas media jejaring sosial di kalangan anak muda dan menggunakan Youtube sebagai media kampanye mengenai seluruh program kerjanya. Faisal merupakan salah satu cagub yang memanfaatkan Youtube sebagai media kampanye selain Alex Noerdin. Sebagai cagub independen dengan modal yang terbatas, ia juga mengajak pendukungnya untuk melakukan penggalangan dana untuk kampanyenya. Peneliti melihat penggunaan slogan “Berdaya Bareng-bareng” mengakomodasi seluruh kepentingan dari cagub yaitu ajakan kepada warga untuk terlibat dalam program kampanyenya dan

mengadakan penggalangan dana. Slogan tersebut juga digunakan dalam bentuk tagar untuk menandai *tweet* yang ditulis oleh cagub Faisal.

6. Alex Noerdin

Pada akun Twitter Alex Noerdin ditemukan empat pola komunikasi yaitu:

Tabel 3.6.1 Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub Alex

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i>
1.	Melakukan interaksi dengan pengikut akun Twitternya	260 kejadian
2.	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi	56 kejadian
3.	Memberikan pernyataan politik	45 kejadian
4.	Memberikan informasi kegiatan cagub	17 kejadian

Sumber: hasil temuan data peneliti

Masing-masing pola komunikasi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Cagub berinteraksi dengan pengikut akun Twitternya.

Tabel 3.6.2
Tabel Kategorisasi *Tweet* Interaksi Cagub

1.	<i>Why</i>	Berdialog bersama khalayak akun Twitternya.
	<i>What</i>	Berbagai macam topik dibahas dalam interaksi ini, mulai dari topik kampanye hingga kritik dari pengikut akun Alex yang ditujukan untuk program kampanyenya serta kemacetan yang terjadi di daerah Palembang. Seluruh <i>tweet</i> interaksi yang tampil pada akun ke Alex berisi dukungan, harapan maupun saran untuk Alex dan timnya untuk menang dalam Pilkada DKI.
	<i>Who/m</i>	<i>Tweet</i> ini merupakan <i>tweet</i> dua arah antara cagub dan pengikut akun pribadinya. Dalam <i>tweet</i> ini bisa dimulai dari pertanyaan yang ditujukan kepada cagub atau berasal dari <i>tweet</i> yang sebelumnya diunggah cagub dan dikomentari oleh pengikut akunnya.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian, pertama interaksi dimulai dari pertanyaan yang ditujukan ke cagub dan kemudian dijawab oleh cagub. Pertanyaan dari pengikut akun cagub beberapa dimulai dari <i>tweet</i> yang sudah

		dituliskan oleh cagub. Bagian kedua menunjukkan adanya elemen linguistik Twitter yaitu tanda “@” yang menunjukkan adanya pihak lain yang dituju dalam <i>tweet</i> tersebut dan beberapa <i>tweet</i> mengandung tanda “#”.
	<i>When</i>	Kegiatan pagi hari sebelum berkampanye, setelah Alex membesuk korban pembacokan, beberapa interaksi terjadi setelah Alex mengunggah <i>tweet</i> kemudian terjadi tanya jawab dengan pengikut akunnya dan pasca kegiatan kampanye Alex. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 24 Juni-1 Juli, 3-6 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.6.2 di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu berpartisipasi dalam dialog bersama khalayak akun Twitternya. Unsur *why* merupakan klasifikasi dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Alex ketika membalas *tweet* yang ditujukan ke akun Twitter pribadinya (260 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa cagub membahas bermacam-macam topik dalam interaksi ini mulai dari politik, masalah sosial hingga kriminal. Selama masa kampanye relawan Alex Nurdin telah mengalami dua kali penyerangan, yang pertama ketika seorang supir angkot yang membawa spanduk Alex-Nono dibacok dan yang kedua ketika salah satu markas pendukungnya diserang oleh sekelompok orang tidak dikenal. Sehingga beberapa interaksi yang terjadi antara Alex dan pengikut akunnya membahas mengenai penyerangan tersebut. Contoh interaksi ini adalah :

28 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Tks supportnya bu Siti"@atulatoel: ttp semangat buat berjuang pak RT @alexnoerdin :Sepanjang sy mengikuti Pilkada, blm pernah ada kekerasan"

Selain itu peneliti juga menemukan *tweet* yang berisi kritik karena program yang ditawarkan Alex Noerdin dipertanyakan realisasinya dan unggahan foto yang terlalu banyak membuat pengikutnya merasa terganggu. Kritik dan keluhan juga diberikan oleh warga Palembang terkait tugas Alex yang masih menjabat Gubernur Sumatera Selatan. Namun, mayoritas interaksi antara pengikut akun dan cagub menyatakan dukungan dan harapannya agar Alex Noerdin dapat memimpin Jakarta. Sisanya membahas percakapan sederhana seperti menu sarapan, undangan menonton film dan menanyakan apakah benar Alex yang memerankan salah satu tokoh di film "Mengejar Angin". Contoh *tweet* dalam kategori ini adalah,

6 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Ide bagus Ersas "@FunErsa: Pak @alexnoerdin ,klo jd DKI 1 usul ada hotline pengaduan masyarakat yg dipantau lgs oleh bapak."

1 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Krn sy tdk ingin terjadi 'pembiaran' trhdp wrng sy di Sumsel "@japra97: wah tanggap sekali pak, nanti klo jd di DKI mesti ky gini jg ya pak"

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. *Tweet* ini merupakan *tweet* dua arah antara cagub dan pengikut akun pribadinya. Dalam *tweet* ini bisa dimulai dari

pertanyaan yang ditujukan kepada cagub atau berasal dari *tweet* yang sebelumnya diunggah cagub dan dikomentari oleh pengikut akunya. Contoh *tweet* dari cagub yang dikomentari pengikut akunya adalah :

26 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Sip! "@AbdillahDhiaz: Lah nemen nian pak RT

@alexnoerdin: Slmt pagi..., sarapan mie celor khas Palembang.

Sdh pernah coba?"

Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian, pertama interaksi dimulai dari pertanyaan yang ditujukan ke cagub dan kemudian dijawab oleh cagub. Pertanyaan dari pengikut akun cagub beberapa dimulai dari *tweet* yang sudah dituliskan oleh cagub. Bagian kedua menunjukkan adanya elemen linguistik Twitter yaitu tanda "@" yang menunjukkan adanya pihak yang dituju dan terlibat dalam interaksi dan beberapa *tweet* mengandung tanda "#". Tanda pagar yang ditemukan dalam kategori ini adalah #vote6 dan #wongkito. Kedua tanda pagar ini bukan berasal dari cagub melainkan dari *tweet* yang dibuat oleh pengikut akunya.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan waktu dan konteks ketika cagub menuliskan *tweet*. Dari pola komunikasi ini ditemukan bahwa *tweet-tweet* tersebut terjadi pada tanggal 24 Juni-1 Juli, 3-6 Juli 2012. *Tweet-tweet* tersebut ditulis di pagi hari sebelum Alex berkampanye, setelah membesuk korban pembacokan, setelah mengunggah *tweet* terjadi tanya jawab dengan pengikut akunya dan pasca kegiatan kampanye Alex. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

- b. Cagub mencantumkan tautan sebagai informasi kepada khalayak Twitternya.

Tabel 3.6.3
Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Cagub Mencantumkan Tautan
Sebagai Sumber Informasi

2.	<i>Why</i>	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi kepada khalayaknya.
	<i>What</i>	Tautan tersebut berisi : <ul style="list-style-type: none"> - Foto yang menunjukkan kegiatan cagub pada waktu tersebut - Artikel berita yang relevan dengan Pilkada DKI - Video yang merupakan iklan masyarakat mengenai program kerja yang diunggulkan cagub.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada pihak lain yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian, bagian pertama merupakan <i>caption</i> pada foto yang diunggahnya sebagai informasi peristiwa dan kegiatan yang dilakukan kemudian dilanjutkan dengan alamat tautan tersebut. Pada tautan artikel dan video, pada bagian pertama Alex mengutip dari <i>mention</i> pihak lain kemudian dilanjutkan dengan menuliskan alamat tautan.
	<i>When</i>	Ketika melakukan sosialisasi ke masyarakat; sesudah acara debat pada stasiun televisi; acara <i>launching</i> buku yang ditulisnya, dan ketika melakukan presentasi visi-misi ke DPRD. Juga ketika cagub selesai melakukan kampanye dan ada artikel yang terkait dengan kegiatannya tersebut maka tautan tersebut diunggah untuk dibaca ke khalayak Twitternya. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 24-28 Juni 2012, 30 Juni 2012, 1-7 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat ponsel.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub Alex Noerdin. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mencantumkan tautan sebagai sumber informasi kepada khalayaknya. Unsur *why* merupakan klasifikasi dari topik-topik yang

ditemukan dalam *tweet* cagub Alex ketika menginformasikan berita yang terkait kegiatan kampanye ke khalayak Twitternya (56 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa cagub sering mencantumkan tautan pada *tweet* yang ditulisnya. Dari tautan tersebut kebanyakan berisi foto yang menunjukkan kegiatan cagub pada saat itu, berupa artikel berita yang relevan dengan Pilkada DKI dan video iklan mengenai program kerja yang diunggulkan. Contoh *tweet* dalam pola komunikasi ini adalah :

7 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Sy sdh di lokasi Kampanye Akbar Lap. D GBK. Mari bergabung! <http://yfrog.com/kfhybzmdj>

25 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Pilih kami No.6 kalau mmng menurut anda layak untuk mengemban amanat anda. #AlexNono6
<http://yfrog.com/essyebvj>

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Pada unsur *how* dijelaskan bagaimana *tweet* itu terbentuk dan elemen-elemen linguistik apa saja yang menyertai *tweet* tersebut. Pada tabel 3.6.3 disebutkan bahwa *tweet* tersebut terdiri dari dua bagian. Pada bagian pertama cagub seringkali memberikan *caption* pada foto yang diunggahnya sebagai informasi peristiwa dan kegiatan yang dilakukan. Pada tautan artikel dan video, Alex mengutip dari *mention* pihak lain kemudian dilanjutkan dengan menuliskan alamat tautan.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan bahwa *tweet-tweet* tersebut ditulis ketika Alex melakukan sosialisasi ke masyarakat; sesudah acara debat pada stasiun televisi; acara *launching* buku yang ditulisnya, dan ketika melakukan presentasi visi-misi ke DPRD. Juga ketika cagub selesai melakukan kampanye dan ada artikel yang terkait dengan kegiatannya tersebut maka tautan tersebut diunggah untuk dibaca ke khalayak Twitternya. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

- c. Cagub memberikan pernyataan politik atau opini pribadinya mengenai topik aktual.

Tabel 3.6.4

Tabel Kategorisasi *Tweet* Pernyataan Cagub mengenai pandangan pribadinya

3.	<i>Why</i>	Mengutarakan pernyataan politik atau memberikan opini pribadinya mengenai topik aktual.
	<i>What</i>	Cagub memberikan pandangannya mengenai berita yang mengacu pada artikel di koran, pemberitaan di media elektronik, debat antarcagub dan opini mengenai kinerja gubernur periode tersebut. <i>Tweet</i> ini merupakan umpan balik yang diberikan oleh cagub setelah mendapatkan informasi dari berita di media massa dan juga merupakan <i>tweet</i> penjelasan untuk program kerja dan visi-misi untuk membenahi Jakarta.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada pihak yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini selain cagub sebagai pemilik akun.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian, bagian pertama merupakan komentar dari cagub dan bagian kedua merupakan sumber berita dari akun lain.
	<i>When</i>	Ketika salah satu relawan Alex Noerdin mengalami pembacokan oleh oknum tidak dikenal. Menunjukkan kapasitas sebagai politisi dengan mengkritik kinerja Gubernur Jakarta yang tidak bisa mengatasi macet dan banjir serta memberikan kesempatan untuk masyarakat memilih calon lain yang dianggap layak dan setelah berorasi dalam kampanye akbar. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 29 Juni, 2-3 Juli 2012.

	<i>Where</i>	<i>Online</i>
--	--------------	---------------

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub Alex Noerdin. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu mengutarakan pernyataan politik atau memberikan opini pribadinya mengenai topik aktual. Unsur *why* merupakan klasifikasi dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Alex ketika mengomentari artikel berita dan isu lain selama kampanye ke khalayak Twiternya (45 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa cagub memberikan pandangannya mengenai berita yang mengacu pada artikel di koran, pemberitaan di media elektronik, debat antarcagub dan opini mengenai kinerja gubernur periode tersebut. Contoh *tweet* dalam pola komunikasi ini adalah :

1 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Indralaya tersendat krn padatnya kendaraan bertepatan weekend & terkait angkutan Batubara.

29 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Hrs ada kerjasama dg Satellite city utk kepentingan bersama.
Misal: Bogor ada waduk utk nampung hujan.

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* tersebut *Tweet* ini terdiri dari dua bagian, bagian pertama merupakan komentar dari cagub dan bagian kedua merupakan sumber berita dari akun lain.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan *tweet-tweet* tersebut ditulis ketika salah satu relawan Alex Noerdin mengalami pembacokan oleh oknum tidak dikenal. Alex juga menunjukkan kapasitas sebagai politisi dengan mengkritik kinerja Gubernur Jakarta yang tidak bisa mengatasi macet dan banjir serta memberikan kesempatan untuk masyarakat memilih calon lain yang dianggap layak dan setelah berorasi dalam kampanye akbar. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

d. Cagub Cagub memberikan informasi kepada seluruh pengikut akunnya.

Tabel 3.6.5

Tabel Kategorisasi Cagub Memberikan Informasi Kepada Seluruh Pengikut Akunnya

4.	<i>Why</i>	Memberikan informasi ke khalayak Twitternya
	<i>What</i>	Selama masa kampanye cagub memanfaatkan akun twitternya untuk: <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan informasi mengenai kegiatan kampanyenya. - Memberikan informasi mengenai kegiatan <i>launching</i> buku yang dikarang oleh Alex Noerdin. - Menginformasikan akun tim suksesnya untuk mengakses informasi mengenai program kerjanya - Memberitahukan ketika cagub atau cawagub sedang siaran <i>live</i> di salah satu televisi swasta - Memberitahukan salah satu program di televisi yang membahas program kerja cagub.
	<i>Who/m</i>	Tidak ada pihak yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> berisi kalimat singkat dan informatif. Beberapa <i>tweet</i> dalam kategori ini mengandung tanda pagar untuk menegaskan kegiatan yang dilakukan cagub dan menyertakan nama cagub-cawagub beserta nomor urut mereka dalam Pilkada. Tanda pagar yang ditemukan dalam <i>tweet</i> ini adalah #kampanye, #AlexNono6.
	<i>When</i>	Perjalanan menuju lokasi kampanyenya, ketika menawarkan program di lokasi kampanyenya, ketika <i>launching</i> bukunya yang berjudul “Sang Enterpreneurial

		Governor” dan ketika cagub dan pasangannya diundang dalam program televisi. <i>Tweet</i> ini terjadi pada tanggal 24-28 Juni, 1-2 Juli, 3 Juli dan 6 Juli 2012.
	<i>Where</i>	<i>Online.</i>

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel 3.6.5 di atas merupakan temuan data dari *tweet* pernyataan pribadi cagub Alex Noerdin. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu cagub memberikan informasi kepada seluruh pengikut akunnya. Unsur *why* merupakan klasifikasi dari topik-topik yang ditemukan dalam *tweet* cagub Alex ketika menginformasikan kegiatan kampanye atau kegiatan pribadinya ke khalayak Twitternya (17 kejadian).

Unsur *what* menunjukkan bahwa cagub memberikan informasi mengenai kegiatannya kepada khalayak Twitternya. Informasi yang diberikan berkaitan dengan masa kampanye sehingga dapat ditemukan *tweet* mengenai kegiatan kampanye cagub Alex, memberikan akun tim suksesnya untuk mengakses informasi mengenai program kerjanya, memberitahukan ketika cagub atau cawagub sedang siaran *live* di salah satu televisi swasta, memberitahukan salah satu program di televisi yang membahas program kerja cagub. Salah satu informasi di luar kegiatan kampanye adalah *launching* buku “Alex Noerdin Sang Entrepreneur Governor” yang dikarang oleh Alex Noerdin.

Dalam kategori ini pemberitahuan lokasi kampanye oleh cagub juga menyertakan program yang ditawarkannya, misalnya ketika ada pengobatan gratis di lokasi kampanyenya dan mengundang grup band untuk menghibur pendukungnya. Kegiatan kampanye yang dilakukannya di salah satu kampus

memberitahukan bahwa cagub sedang melakukan “kampanye dialogis di Binus”. Contoh *tweet* dalam pola komunikasi ini adalah :

6 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Pengobatan massal, Gd.serbaguna rusun Klender kec.Duren sawit

27 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Sore, InsyaAllah jam 19 nnti akan dilaunching buku "Alex Noerdin Sang Entrepreneur Governor" Auditorium. Adhiyana, Wisma Antara Lt. 2

Unsur *who/m* dalam kategorisasi *tweet* ini tidak menunjukkan ada pihak lain yang terlibat dalam *tweet* ini. Pada unsur *how* disebutkan bahwa *tweet* ini berisi kalimat singkat dan informatif. Kalimat informatif yang dimaksud adalah adanya keterangan waktu atau lokasi pada *tweet* tersebut, sehingga mengandung ajakan agar pembaca *tweet* bergabung dalam kegiatan tersebut.

Beberapa *tweet* mengandung tanda pagar untuk menegaskan bahwa *tweet* tersebut membahas kegiatan yang dilakukan cagub. Selain itu dijumpai tanda pagar yang menyertakan nama cagub-cawagub beserta nomor urut mereka dalam Pilkada. Tanda pagar yang ditemukan dalam *tweet* ini adalah #kampanye, #AlexNono6. Tagar yang konsisten digunakan oleh cagub adalah #AlexNono6, berdasarkan temuan data *tweet* yang menggunakan tagar ini sejumlah 225 *tweet* yang berasal dari akun cagub dan akun pihak lain.

Unsur selanjutnya adalah *when* yang menunjukkan *tweet-tweet* tersebut ditulis ketika cagub sedang dalam perjalanan menuju lokasi kampanye cagub

Alex, menawarkan pengobatan gratis di lokasi kampanyenya, ketika launching bukunya dan ketika cagub dan pasangannya diundang dalam program televisi. *Tweet* ini terjadi pada tanggal 24-28 Juni, 1-2 Juli, 3 Juli dan 6 Juli 2012. Unsur *where* menunjukkan kehadiran cagub secara *online*.

Cagub Alex merupakan cagub yang berasal dari luar Jakarta. Pada waktu Pilkada DKI putaran I berlangsung, dirinya masih menjabat sebagai Gubernur Sumatera Selatan sebelumnya ia menjabat sebagai Bupati Musi Banyuasin selama dua periode berturut-turut. Cagub Alex banyak berinteraksi dengan pengikut akunnya, salah satu topik yang penting adalah adanya keluhan yang ditujukan kepadanya terkait jabatan Alex sebagai Gubernur. Pengalamannya sebagai pemimpin membuat Alex harus sigap dan tepat dalam mengambil keputusan oleh karenanya melalui laporan tersebut cagub kemudian memberikan penjelasan sebab masalah dan kemudian memberikan solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 relawan Alex mengalami dua kali penyerangan. Dimulai dari seorang sopir angkot yang dibacok kemudian salah satu markas diserang oleh oknum tidak dikenal. Cagub Alex mengatakan berdasarkan pengalamannya mengikuti Pilkada baru kali ini dirinya mengalami peristiwa ini. Melalui tautan yang dicantumkan dalam *tweetnya* cagub seringkali memberikan dokumentasi foto mengenai kegiatan yang dilakukannya. Cagub Alex adalah sosok yang dekat dengan keluarganya, hal tersebut ia tunjukkan melalui tautan foto yang berisi cucu dan istrinya dalam berbagai pose.

C. Pembahasan

1. Pola Komunikasi Cagub DKI selama Masa Kampanye Putaran I

Untuk membahas penggunaan akun Twitter cagub DKI selama masa kampanye putaran pertama menggunakan pola komunikasi yang ditemukan pada akun Twitter cagub. Terlebih dahulu pola komunikasi dari masing-masing cagub dikelompokkan. Setelah itu pola komunikasi keenam cagub akan diurutkan berdasarkan banyaknya kejadian sehingga akan ditemukan pola komunikasi yang dominan. Pada bab I telah disebutkan bahwa penggunaan Twitter memiliki potensi dalam konteks politik karena memungkinkan adanya partisipasi dan demokrasi. Oleh karenanya setelah mendapatkan pola komunikasi langkah selanjutnya adalah dengan menganalisa pola-pola tersebut dengan model e-demokrasi.

Melalui penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai penggunaan Twitter oleh politisi sudah banyak dilakukan di Negara Jerman, Swedia, dan Norwegia. Dalam penelitian ini peneliti mengambil contoh kasus di Indonesia pada penggunaan akun Twitter pribadi cagub pada Pilkada Gubernur DKI Jakarta 2012 putaran I. Dengan menggunakan analisis genre dalam analisis isi, peneliti menemukan lima pola komunikasi dari keenam akun Twitter pribadi cagub.

Untuk mengetahui urutan pola komunikasi maka peneliti membuat tabel

3.7.1 seperti di bawah ini :

Tabel 3.7.1 Pola Komunikasi Akun Twitter Cagub DKI Jakarta

No	Pola Komunikasi	Jumlah <i>tweet</i> Cagub						Total <i>Tweet</i>
		Fauzi	Hendardji	Jokowi	HNW	Faisal	Alex	
1.	Interaksi	-	55	85	-	36	260	436
2.	Mencantumkan tautan	4	120	-	-	10	56	190
3.	Informasi kegiatan	-	15	13	-	-	17	45
4.	Topik di luar konteks politik	-	5	6	9	32	-	52
5.	Pernyataan politik	-	33	-	-	22	45	100

Sumber: hasil temuan penelitian

Dari tabel 3.7.1 di atas dapat diketahui bahwa akun Twitter cagub didominasi oleh pola komunikasi cagub berinteraksi dengan pengikut akunya dengan total 436 kejadian. Urutan kedua pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi dengan total 190 kejadian. Menempati urutan ketiga pola komunikasi cagub mengutarakan pernyataan politik dengan total 100 kejadian. Selanjutnya di urutan keempat adalah pola komunikasi cagub membahas topik di luar politik dengan total 52 kejadian. Pada urutan kelima ditempati pola komunikasi cagub menginformasikan kegiatan yang dilakukan cagub dengan total 45 kejadian. Kelima pola komunikasi tersebut akan dijelaskan dengan memperhatikan urutan kejadian, lebih lengkapnya sebagai berikut :

a Cagub melakukan interaksi dengan pengikut akun Twitter miliknya.

Pola komunikasi ini merupakan pola yang paling banyak ditemukan dalam akun Twitter empat cagub yaitu Hendarji Soepandji, Joko Widodo, Faisal Basri dan Alex Noerdin dengan 436 kejadian. Pola ini merupakan pola komunikasi dua arah di mana cagub dan pengikut akunnya melakukan dialog melalui berbalas *tweet*. Dalam pola ini interaksi dapat diawali oleh *tweet* yang diunggah oleh cagub kemudian dikomentari oleh pengikut akunnya dan dibalas oleh cagub atau *tweet* yang dikirim dari pengikut akun kemudian mendapat balasan oleh cagub.

Pada bab I disebutkan bahwa interaksi ini digunakan sebagai media untuk meminta aspirasi dari warga (Stieglitz et al, 2012) dan sebagai ruang diskusi antara politisi dengan warga atau sesama politisi (Sabo: 2011). Hasil temuan data pada akun Twitter cagub menunjukkan dalam interaksi yang terbangun antara cagub dan pengikut akunnya tidak menemukan perdebatan atau diskusi mengenai konteks program yang ditawarkan masing-masing cagub, melainkan sebatas pertanyaan keraguan mengenai aplikasi dari program tersebut atau saran untuk melengkapi perencanaan tersebut. *Tweet* interaksi yang berisi konten semacam ini seringkali ditemukan dalam akun cagub Hendarji, Faisal Basri dan Alex Noerdin sedangkan dalam akun Joko Widodo interaksi yang terjalin tidak membahas mengenai program “Jakarta Baru” melainkan berisi ucapan terima kasih dan sapaan kepada pengirim *tweet*.

Berdasarkan temuan data peneliti, cagub Hendarji menggunakan pola komunikasi interaksi untuk menjelaskan asal mula slogan “Jakarta Bebas Berkumis”, menjelaskan dari mana saja basis massa pendukungnya, mengucapkan terima kasih atas pujian dan dukungan yang dialamatkan kepadanya, juga memberikan pembelaan ketika dirinya diragukan untuk menjadi Gubernur DKI Jakarta. Seperti *tweet* di bawah ini yang ditulis cagub untuk akun @rettianaputri menjelaskan mengenai program pembenahan transportasi publik dan dilakukan cagub dengan menuliskan rangkaian *tweet* untuk setiap langkah-langkahnya.

6 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

@rettianaputri sudah disiapkan perencanaan menata sistem transportasi yang sudah ada di Jakarta.

6 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

@rettianaputri 4. Menghilangkan on street parking, 5. Membangun sistem transportasi yg terintegrasi, 6. Membangun subway dari Timur ke Barat

Contoh lain berasal dari akun @Mami_Dedy yang meragukan keseriusan Hendarji sebagai calon gubernur dari luar partai untuk menepati janji politiknya kemudian ditanggapi cagub dengan jawaban seperti di bawah ini,

6 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

@Mami_Dedy saya dari independen tanpa kepentingan partai. Insyaallah bisa menepati.

Cagub Jokowi adalah cagub yang memanfaatkan *tweet* interaksi untuk membalas *tweet* yang dikirimkan kepadanya. *Tweet* yang mendapat balasan

adalah *tweet* yang berisi pujian, dukungan dan saran yang dialamatkan kepada cagub. Salah satu *tweet* menunjukkan bahwa cagub Jokowi juga mendapat dukungan dari tokoh seni yaitu Olga Lydia dan Addie MS. Beberapa *tweet* yang dikirim menunjukkan bahwa dukungan juga diberikan dari warga yang berasal dari kota yang sama dengan cagub, di mana *tweet* tersebut biasanya berisi harapan dan menyatakan kebanggaan karena cagub dapat maju dalam Pilkada Jakarta.

Contoh di bawah ini adalah *tweet* yang berasal dari akun @Kendrahosea yang menunjukkan dukungan kepada Jokowi karena dirinya pernah merasakan dipimpin oleh cagub dan akun @rheeanz memberikan dukungan dengan menasehati cagub agar selalu rendah hati dan amanah dalam bertugas.

7 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

makasih"@Kendrahosea: Saya dukung @jokowi_do2 apapun kata orang sekitar. Saya pernah jadi warga solo, jadi saya tahu rasanya dipimpin anda.

25 Jun

Joko Widodo @jokowi_do2

siap. "@rheeanz: @jokowi_do2 jaga kondisi nggih pak.ttp lembah manah andhap asor dan amanah sbg pemimpin. Sukses kagem DKI 1"

Pada contoh di bawah ini *tweet* berasal dari akun @sudjiwotedjo dan ditujukan kepada @addiems untuk menanyakan siapa yang dijagokan sebagai Gubernur DKI dalam Pilkada 2012. Oleh Addie MS dijawab dengan Jokowi kemudian cagub menanggapi *tweet* tersebut dengan mengucapkan terima kasih.

24 Jun

Joko Widodo @jokowi do2

terimakasih mas adie "@addiems: Jokowi, Mbah. RT
@sudjiwotedjo: @addiems Pegang siapa DKI-1 cuuuk?"

Cagub Faisal Basri dalam pola komunikasi interaksi adalah cagub yang memanfaatkan interaksi untuk menjelaskan dan menjawab pertanyaan mengenai program kerja dan makna slogan “Berdaya Bareng-Bareng” kepada pengikut akunya. Melalui pola komunikasi interaksi cagub mendapat masukan dan kritik untuk program kerja yang ditawarkan cagub. Melalui pola komunikasi interaksi ini cagub Faisal juga membalas pujian dan dukungan yang dialamatkan kepadanya. Dukungan dari artis nasional kepada cagub Faisal juga diberikan oleh Glen Fredly dan Pandji Pragiwakso.

Di bawah ini adalah percakapan cagub dengan akun @ndorokakung dan @AroonP mengenai aplikasi dari rencana cagub untuk membenah transportasi publik dengan mengakuisisi bus swasta. *Tweet* interaksi ini merupakan respon dari pengikut akun cagub setelah cagub mengunggah 35 rangkaian *tweet* yang membahas analisa masalah kemacetan di Jakarta dan program kerja yang akan dilakukan cagub untuk mengatasi permasalahan kemacetan tersebut.

5 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

@ndorokakung @AroonP Pertanyaan yg valid mas. Kita sdh siapkan skenario utk akuisisi operator bis swasta. Intinya win-win solution.

Percakapan cagub dengan akun @Aynnamaria mengandung permintaan agar cagub jika terpilih nanti agar mendengarkan jeritan hati masyarakat dan

ditanggapi cagub dengan mengungkapkan bahwa sosial media membantu cagub untuk mendengar langsung keluhan masyarakat. Pada *tweet* interaksi terakhir cagub mengucapkan terima kasih kepada relawan yang juga mengikuti *fundraising* untuk kampanye cagub.

3 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

@Aynnamaria Insy Allah kami akan selalu mendengar. Sosial media menghapus sekat antara pemimpin & publik.

dan

1 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Terimakasih “@lyndaibrahim: Selama 8 hari #fundraisingFB semakin yakin prinsip #bdayabareng2 ala @FaisalBiem memang bukan mimpi. (2)”

Berdasarkan temuan data peneliti cagub Alex Noerdin menggunakan pola komunikasi interaksi untuk mendekatkan diri dengan pengikut akunya dengan banyak membahas diluar konteks kampanye. Cagub Alex Noerdin dalam *tweet* interaksinya menyapa khalayak Twitternya dengan membahas menu sarapan cagub pada waktu tersebut, memberi jawaban jika memang dirinya berpartisipasi dalam film “Mengejar Angin” dan membalas ajakan atau pujian yang dialamatkan kepadanya. Seperti contoh di bawah ini:

26 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Sdh nntn filmnya? "@OngDedy: Ternyata ada pak @AlexNoerdin di film "mengejar angin"."

Tidak hanya itu, melalui pola komunikasi interaksi juga dimanfaatkan cagub Alex untuk menjawab keluhan warganya di Palembang mengenai

kemacetan yang terjadi di Indralaya. Cagub menjawab keluhan tersebut dengan memaparkan sebab kemacetan melalui rangkaian *tweet* pernyataan politik yang juga disertai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Setelah itu cagub merespon keluhan tersebut melalui *tweet* interaksi yang berisi permintaan maaf dan memohon agar warga di sana bersabar, seperti pada contoh *tweet* di bawah ini :

1 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

InsyaAllah ananda Cahaya, kita sm2 bersabar. "@chaayarani: nah bgs itu september kita mw wisuda jd jgn smp batal gr2 macet "

Dalam akun cagub Alex peneliti menemukan dukungan yang diberikan oleh beberapa *public figure* yaitu Indra Bekti sebagai aktor, Adrinof Chaniago seorang politikus dan Indra J. Piliang sebagai sesama kader Partai Golkar. *Tweet* yang berasal dari akun @IndraJPiliang menyatakan pujian kepada cagub setelah menyaksikan debat antar cagub di sebuah stasiun televisi nasional,

24 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

"@IndraJPiliang: Alex Noerdin memang visioner, akurat & mengejutkan :D"

Dalam pola komunikasi interaksi ini masing-masing cagub berkomunikasi dengan pendukung atau pengikut akunnnya menunjukkan motivasi cagub untuk mencapai tujuannya. Pada bab I disebutkan bahwa pola interaksi antara politisi dengan warga atau pengikut akun Twitter miliknya selalu melibatkan

komunikasi politik (Stieglitz & Xuan, 2012:2), hal ini ditunjukkan dengan adanya *tweet-tweet* yang mendukung dirinya dan sosialisasi program kerjanya.

Berdasarkan temuan data penelitian, mayoritas interaksi yang mendapat respon oleh cagub adalah *tweet* yang berisi dukungan dan pujian berdasarkan pengalaman atau penampilan cagub. Selanjutnya *tweet* yang mendapat respon adalah *tweet* yang berisi pertanyaan mengenai program kerja dan *tweet* negatif seperti meragukan kemampuan cagub seperti yang ditemukan pada akun Twitter cagub independen. Topik-topik lainnya yang mendapat respon berkaitan dengan isu khusus yang dialami cagub seperti relawan yang diserang atau respon pengikut akun terhadap *tweet* yang sebelumnya diunggah oleh cagub.

Tweet yang berisi dukungan dan pujian selalu mendapat respon dari cagub dengan ucapan terima kasih. Selain menunjukkan rasa terima kasih, *tweet* ini menunjukkan citra positif cagub di mata pendukungnya. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Hong dan Nadler (dalam Stieglitz & Xuan, 2012:2) bahwa politisi di era demokrasi modern dari seluruh dunia mulai mengadopsi media jejaring sosial untuk menarik hati pemilih, berdialog langsung dengan warga dan memungkinkan diskusi politik. Melalui *tweet* yang menunjukkan dukungan dan pujian tersebut cagub berusaha menarik hati pemilih dengan pernyataan mengenai kompetensi dan kualitas dirinya yang diakui pihak lain.

Diskusi politik yang terjadi dalam interaksi cagub dengan pengikut akunya banyak ditemukan pada akun cagub independen. Diskusi ini dimulai

setelah cagub menjelaskan program kerjanya kemudian mendapat respon dari pengikut akunya mengenai aplikasi program tersebut. Selain itu juga dikarenakan cagub Hendarji dan Faisal dinilai memiliki peluang kecil untuk menang Pilkada karena mereka tidak memiliki koalisi partai sehingga kecil kemungkinan mereka memiliki suara di DPRD. Dengan adanya isu ini, kedua cagub independen melakukan pembelaan dengan menyebutkan prestasi dan semakin rajin melakukan sosialisasi program kerjanya dengan menjabarkan rencana dan aplikasi program tersebut pada akun Twitternya.

Dialog yang membahas topik ringan atau isu khusus juga dapat ditemukan pada pola komunikasi interaksi ini. Cagub yang paling banyak membahas topik ringan adalah cagub Jokowi, melalui *tweet* yang ditujukan padanya menunjukkan pengikut akunya sangat memahami kesukaan dari cagub ini. Ajakan untuk menonton konser musik rock dan keluhan ketika *tweet* belum dibalas banyak ditemukan dalam akun cagub Jokowi.

Isu khusus yang ditemukan dalam pola komunikasi interaksi ditemukan pada akun cagub Alex. Pada masa kampanye seorang relawannya dibacok oleh orang tidak dikenal dan salah satu posko relawannya juga diserang. *Tweet* ini sebelumnya diunggah cagub dan dikelompokkan sebagai pernyataan politik oleh peneliti karena menunjukkan respon cagub atas musibah yang dialami oleh relawannya. *Tweet* dari cagub tersebut menarik respon dari pengikut akunya yang menyatakan keprihatinan dan kekecewaan mereka kemudian dibalas oleh cagub. Selain isu ini, hasil interaksi cagub Alex dengan

pengikut akunnya menjadi bahan untuk pengambilan keputusan sebagai solusi untuk mengatasi kemacetan di Indralaya Palembang.

Dari hasil temuan mengenai pola komunikasi interaksi menunjukkan bahwa media Twitter memang dimanfaatkan cagub sebagai sarana untuk melakukan komunikasi politik. Komunikasi politik ini terdiri dari pembangunan citra positif mengenai cagub dalam akun Twitternya, melakukan pendekatan dengan pengikut akunnya dengan membahas topik di luar kampanye dan juga media menyebarkan informasi mengenai program-program mereka.

Citra positif yang ditampilkan cagub melalui pernyataan dari pihak lain mengenai dukungan dan pujian yang ditujukan kepadanya menunjukkan pernyataan Golbeck *et al* (dalam Larsson dan Moe 2012:736) bahwa Twitter digunakan sebagai sarana promosi diri. Pendekatan cagub dengan pengikut akunnya dilakukan dengan membahas topik di luar kampanye dan melakukan sosialisasi program mendukung pernyataan Davies (2014:2) bahwa selama masa kampanye pemilihan, komunikasi politik digunakan oleh kandidat untuk mengerahkan warga dan mempersuasi mereka untuk memberikan suara. Melalui promosi diri mereka berusaha untuk mempersuasi warga atau pengikut akunnya untuk memberikan suara, sehingga tujuan masing-masing cagub untuk terpilih dapat tercapai.

b Cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi.

Pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi merupakan pola komunikasi kedua yang dapat ditemukan pada akun cagub Fauzi Bowo, Hendarji Soepandji, Faisal Basri dan Alex Noerdin dengan total 190 kejadian. Pola komunikasi ini merupakan komunikasi satu arah yang berasal dari cagub dan ditujukan pada khalayak Twitternya masing-masing. Pada pola komunikasi ini, masing-masing cagub mengarahkan pembaca menuju tautan yang diberikan oleh cagub. Tautan tersebut biasanya berisi berita atau artikel yang menunjukkan dukungan pada cagub, berita yang relevan dengan kegiatan kampanye cagub dan beberapa foto atau video terkait dengan program kampanye cagub.

Pada akun cagub Fauzi pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi merupakan satu-satunya pola komunikasi yang dimiliki cagub. melalui *tweet* dalam pola komunikasi ini cagub mengarahkan pembaca atau khalayak Twitternya menuju portal berita yang berisi dukungan pada dirinya. Contoh *tweet* cagub Fauzi adalah sebagai berikut:

29 Jun

H. Fauzi Bowo @bangfauzibowo

Kompata Dukung Pasangan Foke-Nara <http://bit.ly/L6Futt>
[#MajuTerusJKT](#)

27 Jun

H. Fauzi Bowo @bangfauzibowo

Jakarta Seajar dengan Singapura dan Hongkong
<http://bit.ly/MuuX8q>

Akun cagub Hendarji pola komunikasi mencantumkan tautan sebagai sumber informasi digunakan cagub untuk mempromosikan web pribadinya. Hal ini dikarenakan seluruh tautan yang disebutkan cagub pada akun Twitternya menuju pada web hendardjisoepandji.net. Halaman web tersebut berisi mengenai artikel yang meliputi mengenai kegiatan cagub Hendarji selama masa Pilkada I dan kolom mengenai profil cagub. Web hendardjisoepandji.net tersebut dikelola oleh cagub dan tim suksesnya. Contoh *tweet* pada akun cagub Hendarji adalah :

7 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Cagub DKI Independen Hari Terakhir Kampanye Terbuka, Bang Adji Lantik 1200 Saksi Jakarta Pusat <http://dlvr.it/1q1LBG>

3 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Cagub DKI Independen Cara Mencoblos A la Bang Adji, Satu Dibuka, 2 Dicoblos! <http://dlvr.it/1pC9F2>

Pada akun cagub Faisal *tweet* dalam pola komunikasi ini berisi mengenai video program kerja cagub pada halaman Youtube. Pada videonya tersebut cagub menjelaskan poin-poin yang sebab permasalahan di Jakarta yang menjadi fokus program kerjanya jika terpilih nanti. Selain digunakan sebagai informasi *tweet* dalam pola komunikasi ini juga digunakan cagub untuk mengunggah foto yang merekam momen cagub pada waktu *tweet* tersebut diunggah. *Tweet* cagub Faisal adalah sebagai berikut:

7 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Untuk program2 @FaisalBiem yang lain, bisa dilihat di tautan ini [http://www.youtube.com/playlist?list=PLC342546C26DFA540 ...](http://www.youtube.com/playlist?list=PLC342546C26DFA540...)

5 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Sedang berkoordinasi dgn Relawan @TimFaisalBiem utk acara Sabtu 7 Juli #bdayabareng2 <http://twitpic.com/a4812o>

Pada akun cagub Alex *tweet* dalam pola komunikasi ini banyak berisi foto-foto baik yang berkaitan dengan kegiatan kampanye maupun mengenai keluarganya. Selain berisi foto tautan pada halaman cagub Alex juga berisi mengenai artikel berita yang relecan dengan kegiatan kampanyenya dan video atau TVC mengenai program kerja yang diunggulkan cagub.

5 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

God Bless hadir dipanggung kampanye kami di Kemayoran skrng. #AlexNono6 <http://yfrog.com/mnvnfcj>

2 Jul

Alex Noerdin @alexnoerdin

Melihat foto cucu itu spt minum suplemen <http://yfrog.com/nwwk9tyj>

Pola komunikasi mencantumkan tautan sebagai sumber informasi digunakan masing-masing cagub untuk menunjukkan artikel yang berisi dukungan atau pemberitaan positif mengenai dirinya di media massa. Hal tersebut dapat ditemukan pada akun cagub Fauzi, Hendarji dan Alex. Peneliti menemukan pada akun cagub Fauzi dan Hendarji tautan yang disebutkan, menuju pada halaman web pribadi cagub. Berita yang dimuat dalam halaman

web tersebut hanya memberitakan seluruh kegiatan kampanye cagub Fauzi dan Hendarji.

Tautan yang berisi foto digunakan cagub Faisal untuk menunjukkan kegiatan yang dilakukannya bersama tim relawannya sedangkan cagub Alex menunjukkan foto salah satu artis tamu pada kampanyenya untuk menarik perhatian massa. Pada tautan video yang diunggah cagub Faisal seluruhnya berisi mengenai penjelasan singkat mengenai sebab permasalahan Jakarta dan menawarkan programnya sebagai solusi menangani masalah tersebut. Pada tautan TVC yang diunggah oleh cagub Alex berisi mengenai program “Bandar Jakarta” yang menjadi program unggulan cagub, di dalam TVC tersebut berisi rancangan pembangunan yang akan dilakukan cagub untuk menciptakan “Bandar Jakarta”.

Melalui pola komunikasi ini, cagub menggunakan tautan sebagai sumber informasi dan media untuk menyalurkan informasi. Tautan artikel yang berisi dukungan atau pemberitaan positif mengenai dirinya menunjukkan artikel tersebut digunakan sebagai media promosi dirinya dengan menunjukkan fakta-fakta mengenai pengalaman dan kualitasnya yang diakui oleh pihak lain (narasumber) dalam artikel tersebut. Cagub yang banyak menggunakan artikel adalah cagub Fauzi dan Alex.

Alamat tautan yang digunakan cagub seringkali merupakan media elektronik yang sudah mapan, seperti portal berita detik.com dan okezone.com. Pemilihan media yang sudah mapan ini menguatkan kredibilitas

dari sumber berita dan kualitas berita yang dihasilkan. Tautan yang berasal dari blog pengikut akun juga digunakan sebagai rujukan oleh cagub, tetapi sangat jarang ditemukan. Penggunaan halaman web pribadi sebagai sumber informasi ditemukan pada akun cagub Fauzi dan Hendarji. Melalui *tweetnya* cagub memberitahukan informasi sekaligus mempromosikan halaman webnya, khususnya cagub Hendarji yang mayoritas alamat tautan menuju pada halaman hendardjisoepandji.net.

Keuntungan adanya tautan ini bagi cagub adalah mempersingkat informasi yang akan disampaikan cagub. Ketika cagub berusaha menarik massa untuk kegiatan kampanyenya media telah memberitakan mengenai kegiatan tersebut. Khususnya jika pada hari sebelumnya cagub menginformasikan kegiatan kampanye, pada hari selanjutnya media memberitakan kemeriahan kegiatan tersebut. Sehingga membantu cagub menarik massa untuk hadir dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakannya di masa mendatang.

Artikel yang dimuat cagub dalam *tweetnya* pun membantu khalayak Twitter untuk lebih mengetahui cagub baik dari program yang ditawarkan, pihak-pihak pendukung cagub dan juga kegiatan yang dilakukan cagub. Melalui pernyataan dari narasumber dalam artikel tersebut pembaca juga mendapatkan informasi mengenai keunggulan cagub sehingga menambah wawasan mengenai pribadi dan kualitas cagub.

c Cagub memberikan pernyataan politik.

Pola komunikasi cagub memberikan pernyataan politik dapat ditemukan pada akun Hendarji Soepandji, Faisal Basri dan Alex Noerdin dengan total 100 kejadian. Masing-masing cagub menggunakan *tweet* yang berisi pernyataan politik ini mengutarakan pernyataan atau memberikan opini pribadi mengenai topik aktual, mensosialisasikan pandangan politik, program kerja dan mengajak masyarakat untuk berperan serta dalam Pemilu. Beberapa *tweet* pernyataan politik mengandung penjelasan atau umpan balik untuk berita yang tersebar di media massa dan menjadi media untuk mengajak pengikut akun cagub menjadi relawan.

Pada pola komunikasi ini, cagub Hendarji banyak menjelaskan mengenai makna “Jakarta Bebas Berkumis” karena dari keenam cagub yang bersaing dalam Pilkada DKI terdapat satu cagub yang memiliki kumis. Dengan menjelaskan makna tersebut cagub juga mengaskan bahwa dirinya tidak menyindir melainkan mendapatkan kalimat tersebut dari pengamatan langsung di lapangan. Selain untuk menjelaskan makna slogan kampanyenya pola komunikasi ini banyak *tweet* yang berisi strategi, kebijakan dan progam prioritas yang akan dilakukan cagub untuk Jakarta. Dengan kata lain melalui *tweet* pernyataan politik ini cagub bermaksud menunjukkan kompetensi dirinya sebagai cagub.

Mayoritas *tweet* cagub selalu menyertakan tagar #IndependenUntukPerubahan, tagar ini merupakan slogan kampanye yang

digunakan oleh cagub Hendarji. Melalui *tweet* yang mengandung tagar ini cagub memudahkan pengikut akunya untuk menyimak *tweet* yang menyertakan tagar tersebut. Contoh *tweet* cagub Hendarji adalah sebagai berikut:

7 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Awal cerita muncul kata Berkumis. Saya mendatangi sebuah tempat, lalu ada seorang warga menghampiri.

#IndependenUntukJakarta

6 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Strategi: Menjalani komunikasi dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah penyangga, investor dlm dan luar negeri

#IndependenUntukJakarta

Pada cagub Faisal *tweet* dalam pola komunikasi ini lebih banyak berisi serial *tweet* yang menjelaskan mengenai program untuk mengatasi kemacetan dan analisa cagub setelah mengamati dan terjun langsung terhadap permasalahan ibukota. Disamping *tweet* mengenai program-program cagub, Faisal juga menyertakan sosialisasi kampanye untuk menggunakan hak pilih dan menjelaskan makna slogan “Berdaya Bareng-Bareng” dan mengaitkan slogan tersebut dengan program yang ditawarkan cagub. Pada akun cagub Faisal juga ditemukan tagar #bdayabareng2 dan #merawatJkt ketika menganalisa masalah dan akan memaparkan program kampanyenya. Contoh *tweet* cagub Faisal adalah :

4 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Generasi muda adalah masa depan Jakarta. Mereka berhak akan kota yg lebih baik [#bdayabareng2](#)

3 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

Setiap konflik yg terjadi di masyarakat berakar pd masalah ketimpangan distribusi ketiga kebutuhan (public goods) tadi [#merawatJkt](#)

Dalam pola komunikasi ini cagub Alex menggunakan *tweetnya* untuk memberikan penjelasan mengenai perihal kemacetan yang terjadi di Indralaya Palembang, memberikan komentar mengenai ketidaktertiban pengguna jalan, menjelaskan program untuk mengatasi banjir dan memberikan dukungan untuk relawannya yang dibacok serta berjanji akan mengawal kasus tersebut hingga jalur hukum. Contoh *tweet* cagub Alex adalah :

29 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Bicara Busway, Jalur busway hny utk busway, sekrng srg dipakai mbl/motor, itu krn adanya pembiaran.

28 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Tdk usah takut utk terus berjuang. Kita akan tetap proses melalui jalur hukum, ini bukan hutan rimba.

Dalam penelitian ini, pola komunikasi cagub memberikan pernyataan politik banyak digunakan untuk menjelaskan program kerja dan slogan kampanye cagub. Melalui *tweetnya* cagub Hendarji dan Faisal mensosialisasikan program kerja dengan menjelaskan analisa pribadinya mengenai sebab-sebab permasalahan di Jakarta dan menawarkan programnya sebagai solusi untuk masalah tersebut. Cagub Alex memanfaatkan *tweetnya* untuk menjelaskan penyebab kemacetan di Indralaya dan menceritakan

tentang tragedi yang dialami oleh relawannya serta memberikan pernyataan cagub mengenai musibah tersebut.

Pola komunikasi cagub memberikan pernyataan politik menunjukkan kedalaman pengetahuan masing-masing cagub mengenai daerah yang akan dipimpinnya. Usaha untuk memberikan informasi dan menjelaskan mengenai program yang ditawarkan paling tampak berasal dari cagub independen karena selain mendapat cibiran mengenai kompetensi memimpin Jakarta, ketiadaan pendukung (partai) di DPRD juga dinilai akan mempengaruhi proses pembuatan kebijakan publik.

Melalui *tweet*nya cagub Hendarji dan Faisal menjawab cibiran tersebut dengan menunjukkan kompetensinya memaparkan temuan fakta dan data mengenai sebab-sebab permasalahan di Jakarta. Paparan temuan fakta dan data tersebut kemudian dianalisa dan menjadi landasan bagi kedua cagub untuk membuat program kerja yang ditawarkan ke khalayak Twitter mereka. Kedua cagub independen ini tidak lupa menyertakan tagar yang berkaitan dengan kampanye mereka seperti #IndependenUntukPerubahan; #bdayabareng2 dan #merawatJKT agar pengikut akunya dapat menyimak *tweet* mereka. Adanya tagar ini memudahkan khalayak Twitter untuk bergabung dalam topik tersebut dan memudahkan pencarian topik tersebut dalam fasilitas mesin pencari yang dimiliki Twitter.

Pada akun cagub Alex peneliti menemukan bahwa *tweet* yang berisi pernyataan politik ini digunakan untuk memberikan opini pribadi cagub

mengenai kasus aktual yang terjadi selama kampanye berlangsung. Dalam pernyataan yang diberikannya cagub Alex mengungkapkan kemarahan dan kekecewaannya terhadap kekerasan yang dialami relawannya.

d Cagub membahas topik diluar konteks politik.

Pola komunikasi ini merupakan pola yang dapat ditemukan dalam akun cagub Hendarji Soepandji, Joko Widodo, Hidayat Nur Wahid dan Faisal Basri dengan total 52 kejadian. Pola komunikasi ini merupakan pola komunikasi satu arah, yaitu berasal dari cagub dan ditujukan ke khalayak Twitternya. *Tweet* pada pola ini biasanya memicu respon dari pengikut akun Twitter masing-masing cagub, sehingga tidak jarang ditemukan *tweet* interaksi yang terkait dengan topik dalam pola komunikasi ini.

Dalam pola komunikasi di luar konteks politik, cagub tidak membahas kegiatan kampanye melainkan membahas topik-topik ringan seperti menceritakan kisah pengalaman cagub, memberikan kalimat motivasi bagi khalayak Twitternya, dan mengajak untuk menonton film produksi dalam negeri. Seperti yang peneliti temukan pada akun cagub Hendarji *tweet* dalam pola komunikasi ini dimanfaatkan cagub untuk membahas mengenai kedekatan cagub dengan ibunya Roesmiati Soepandji. Dari 5 *tweet* di luar topik politik dua diantaranya membahas mengenai ibunya dan sisanya mengucapkan salam-sapa pada pengikut akunya.

Contoh *tweet* cagub Hendarji :

5 Jul
Hendarji Soepandji @Hendarji74

Saya masih menyimpan pigura foto ibunda saat menggendong saya usia 2thn. @terimakasihIbu #IndependenUntukJakarta

4 Jul
Hendarji Soepandji @Hendarji74

Terima kasih yg telah bersedia membaca buku ibunda saya

Pada akun Jokowi ada enam *tweet* yang termasuk topik di luar politik, seluruhnya merupakan kegiatan yang dilakukan cagub (menonton program televisi) dan menyapa pengikut akun Twitternya.

Berikut contoh *tweet* cagub Jokowi :

7 Jul
Joko Widodo @jokowi_do2

selamat istirahat, salam buat bapak, ibu, keluarga kalian, dari saya. terimakasih.

30 Jun
Joko Widodo @jokowi_do2

nonton indonesia idol dulu.

Pola komunikasi membahas topik di luar politik ini merupakan satu-satunya pola komunikasi yang dapat ditemukan pada akun cagub Hidayat. Dalam menuliskan *tweetnya* cagub tidak lupa menyertakan ucapan *Assalamu'alakum* sebagai sapaan ke khalayak Twitternya. Hal ini juga sekaligus menunjukkan bahwa cagub merupakan tokoh yang religius karena dibalik makna salam tersebut juga menunjukkan identitas agama yang dianut cagub. Dalam setiap *tweetnya* cagub setelah mengucapkan salam cagub

memberikan nasehat dan kalimat motivasi kepada khalayak Twitternya.

Contoh *tweet* cagub Hidayat adalah :

7 Jul

Hidayat Nurwahid @hnurwahid

Assalamu'alaikum. Selamat pagi warga tercinta. Terus berusaha utk memperbaiki bangsa. Mari balas fitnah & kabar bohong dg kerja nyata.

6 Jul

Hidayat Nurwahid @hnurwahid

Assalamu'alakum warga tercinta. Selamat pagi. Sambut hari dg senyum & wajah berseri. Berlomba dlm manfaat & kebaikan. Salam optimis.

Pada akun cagub Faisal dapat ditemukan empat puluh (40) *tweet* yang membahas topik di luar konteks politik. *Tweet-tweet* dalam pola komunikasi ini merupakan kalimat sapaan atau motivasi yang ditujukan ke khalayak Twitter cagub. Contoh *tweet* cagub Faisal adalah :

5 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

"With great power comes great responsibility" -- Voltaire

1 Jul

Faisal Basri @Faisalbasri

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan." (QS, 94: 6)

Dalam pengamatan peneliti pola komunikasi membahas konteks di luar politik banyak digunakan cagub untuk menyapa atau memberi kalimat motivasi ke khalayak akun Twitter masing-masing cagub. Melalui sapaan dan kalimat motivasi yang diberikan cagub menunjukkan bahwa cagub membangun kedekatan dengan pengikut akunnya. Melalui *tweetnya* cagub

menempatkan pengikut akunya sebagai seorang yang dekat dengan dirinya, dengan menyapa dan memberikan kalimat motivasi.

Dalam pola komunikasi ini hanya cagub Hendarji yang membahas topik mengenai dirinya yaitu kenangan masa kecilnya dan mengucapkan terima kasih kepada pembaca buku karangan ibunya. Melalui *tweet*nya tersebut, cagub Hendarji menunjukkan bahwa ia sosok yang dekat dengan ibunya dengan menyebutkan bahwa ia masih menyimpan foto ketika digendong ibunya. Melalui *tweet* ucapan terima kasih kepada pembaca buku ibunya dapat diasumsikan bahwa selain mengucapkan terima kasih, cagub sekaligus memberikan informasi bahwa ibunya menerbitkan buku. Setelah menuliskan *tweet* mengenai buku yang dikarang ibunya (4 Juli 2012) mulai dari tanggal 5-7 Juli 2012 dalam *tweet* Hendarji terdapat @terimakasihIbu.

Cagub Hidayat dan Faisal merupakan contoh cagub yang juga menunjukkan identitas agama yang dianut pada khalayak Twitternya. Hal ini dapat diketahui dengan adanya penggunaan *Assalamu'alakum* dan kutipan dari ayat kitab suci yang digunakan cagub sebagai kalimat motivasi. Selain digunakan untuk menyapa dan memberikan kalimat motivasi pada pendukungnya, *tweet* dalam pola komunikasi ini juga digunakan untuk menginformasikan kegiatan di luar kampanye yang sedang dilakukan cagub. Hal ini dapat dilihat pada *tweet* cagub Jokowi yang menulis “nonton Indonesian Idol dulu”.

e Menginformasikan kegiatan yang sedang dilakukan oleh cagub.

Pola komunikasi ini merupakan salah satu pola yang dapat ditemukan pada akun Hendarji Soepandji, Joko Widodo dan Alex Noerdin dengan total 45 kejadian. Melalui *tweet* dalam pola komunikasi ini cagub memberitahukan keberadaannya pada waktu tersebut, melakukan *live report* kejadian yang dialaminya dan mengajak khalayak Twitter untuk bergabung dengan kegiatan yang sedang dilakukan cagub.

Pada pola komunikasi ini *tweet* berasal dari cagub dan ditujukan kepada khalayak Twitternya. *Tweet* yang berisi informasi ini seringkali berisi mengenai lokasi keberadaan cagub yang juga merupakan kegiatan kampanye pada lokasi tersebut. Pada akun Hendarji *tweet* pada pola komunikasi ini juga berisi pemberitahuan kegiatan pelatihan saksi untuk mencegah kecurangan sedangkan untuk informasi program televisi yang memuat dirinya cagub juga menyertakan #IndependenUntukJakarta. Contoh *tweet* Hendarji sebagai berikut:

7 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Sekarang pelatihan saksi pilkada di pademangan barat. Saya siapkan 15ribu saksi agar tidak terjadi kecurangan

5 Jul

Hendarji Soepandji @Hendarji74

Saksikan saya bersama ariza patria di Neo Democracy Metro TV
Kamis 5 Juli 21.30 plus analisis Budiarto Shambazy
#IndependenUntukJakarta

Pada akun Jokowi *tweet* yang menginformasikan kegiatan cagub juga bertujuan memberitahukan program televisi yang membahas program “Jakarta Baru” dan lokasi kampanye yang sedang dihadapinya. Contohnya seperti di bawah ini :

5 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

yuk ajak keluarga dan tetangga liat MetroTv ada Jakarta Baru program visi-misi sy dan @basuki_do2 makasih.

5 Jul

Joko Widodo @jokowi_do2

selamat pagi.. hari ini jadwalnya keliling Jakarta Timur.. sampai jumpa..

Pada akun cagub Alex pola komunikasi ini tidak hanya menginformasikan kegiatan kampanye tapi juga rencana setelah acara yang akan dihadapinya berakhir. Misalnya pada *tweet* di bawah ini cagub menginformasikan tujuan kepergiannya dan menyebutkan acara yang akan dihadiri setelahnya,

29 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Menuju Cilincing, InsyaAllah Jumatannya di Masjid Al Alam Jl.Raya Cilincing Lama.

28 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Menuju acara pengobatan massal, Jl.Anyer I Menteng. Sore nanti menjenguk relawan kami yg jd korban pembacokan.

Pada pola komunikasi menginformasikan kegiatan yang sedang dilakukan cagub peneliti menemukan bahwa ketika cagub menyebutkan kegiatan yang dilakukannya disertai lokasi keberadaan cagub ternyata menunjukkan lokasi kampanye. Secara tidak langsung *tweet* tersebut menjadi pemberitahuan dan

sekaligus undangan bagi kehadiran khalayak Twitter masing-masing cagub pada lokasi tersebut. Setelah melakukan syuting cagub juga mengunggah *tweet* yang menyebutkan program televisi yang membahas program atau debat antar cagub. *Tweet* ini juga merupakan ajakan untuk menonton program televisi tersebut agar khalayak Twitternya lebih memahami masing-masing program dan visi-misi cagub.

Tabel 3.7.2. Genre Analisis dari Unggahan Twitter Cagub

1.	Why	Melakukan interaksi dengan pengikut akun
	What	Melalui pola ini cagub berkomunikasi dengan pengikut akunya untuk : <ul style="list-style-type: none"> - Menampung saran, nasehat dan kritik yang ditujukan kepadanya. - Mengucapkan terima kasih atas dukungan dan pujian yang dialamatkan kepada cagub.
	Who/m	<i>Tweet</i> ini melibatkan cagub dan pengikut akunya.
	How	Percakapan dimulai dari <i>tweet</i> yang ditulis cagub kemudian dikomentari oleh pengikut akunya. Jarang ditemukan cagub memberikan komentar pada <i>tweet</i> yang diunggah pengikut akunya, kecuali <i>tweet</i> tersebut berisi pertanyaan yang dialamatkan kepada cagub. <i>Tweet</i> terdiri dari dua bagian, bagian pertama berisi jawaban dari cagub kemudian bagian kedua berisi pertanyaan dari pengikut akunya. Elemen linguistik yang ditemukan adalah RT (<i>Reply Tweet</i>) dan @ (<i>username</i>).
	When	Selama masa kampanye, setelah kegiatan kampanye, dan dalam perjalanan menuju lokasi tertentu.
	Where	<i>Online</i>
2.	Why	Mencantumkan tautan sebagai sumber informasi
	What	Pola komunikasi ini digunakan untuk: <ul style="list-style-type: none"> - Menunjukkan artikel yang berisi dukungan atau pemberitaan positif mengenai dirinya - Menunjukkan foto kegiatan yang dilakukan cagub - Mensosialisasikan program kerja melalui video yang dibuat cagub dan timsesnya.
	Who/m	Hanya cagub sebagai pengirim <i>tweet</i> . <i>Tweet</i> ini ditujukan pada khalayak Twitternya (umum).
	How	Pada bagian pertama cagub mencantumkan informasi atau judul berita. Bagian kedua adalah tautan mengarahkan

		pembaca ke sumber lain.
	<i>When</i>	Selama masa kampanye ketika cagub melakukan kunjungan ke lokasi kampanye.
	<i>Where</i>	<i>Online</i>
3.	<i>Why</i>	Memberikan pernyataan politik
	<i>What</i>	Cagub menggunakan <i>tweet</i> nya untuk: <ul style="list-style-type: none"> - Mensosialisasikan program kerja dan visi-misinya, - Memberikan pernyataan dan opini pribadi mengenai topik aktual atau berita-berita negatif mengenai dirinya - Mengajak masyarakat untuk berperan dalam Pemilu dan bergabung menjadi relawan.
	<i>Who/m</i>	Cagub sebagai pengirim <i>tweet</i> dan <i>tweet</i> ditujukan untuk umum.
	<i>How</i>	<i>Tweet</i> ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi isi analisa atau pernyataan singkat kemudian dilanjutkan dengan tanda pagar (#) untuk informasi yang disampaikan. Pada salah satu cagub ditemukan adanya serial <i>tweet</i> yang berisi analisa masalah sebelum menjelaskan program kerjanya, pada <i>tweet</i> seperti ini tidak semua diberi tanda pagar (#) untuk mengaitkan dengan topik diskusi melainkan hanya diberi nomor urut <i>tweet</i> kemudian isi bahasan.
	<i>When</i>	Masa kampanye, setelah debat antarcagub, cagub independen mendapat keraguan sebagai calon pemimpin, ketika fund raising, penggalangan massa kampanye dan setelah peristiwa salah satu relawan cagub menjadi korban penganiayaan.
	<i>Where</i>	<i>Online</i>
4.	<i>Why</i>	Membahas topik di luar politik
	<i>What</i>	Konten pada pola komunikasi ini tidak berkaitan dengan isu atau kegiatan kampanye cagub melainkan membahas topik ringan seperti : <ul style="list-style-type: none"> - Menyapa dan memberikan kalimat motivasi kepada khalayak Twiternya. - Membahas keluarga dan dirinya pribadi. - Menyebutkan kota yang menjadi inspirasi atau kota yang paling disukai cagub. - Mengajak untuk menonton film produksi dalam negeri
	<i>Who/m</i>	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini. Cagub sebagai pengirim <i>tweet</i> dan ditujukan untuk umum.
	<i>How</i>	Umumnya <i>tweet</i> berupa kalimat singkat dan pada salah satu cagub ditemukan tanda pagar #IndependenUtkJakarta.
	<i>When</i>	Ketika cagub akan memulai aktifitasnya, musim acara Indonesia Idol dan setelah selesai melakukan kegiatan pada hari tersebut.
	<i>Where</i>	<i>Online.</i>
5.	<i>Why</i>	Menginformasikan kegiatan yang dilakukan cagub

What	Melalui <i>tweet</i> dalam pola komunikasi ini cagub : <ul style="list-style-type: none"> - Memberitahukan keberadaannya pada waktu tersebut. - Memberitahukan agenda kampanye pada hari tersebut. - Memberitahukan program televisi yang meliput dirinya. - Melakukan <i>live report</i> kejadian yang dialaminya. - Mengajak khalayak Twitter untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang sedang dilakukan cagub.
Who/m	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini, <i>tweet</i> ditujukan untuk umum khususnya pengikut akun Twitter cagub.
How	Seringkali <i>tweet</i> berupa kalimat singkat, lugas dan informatif lengkap dengan waktu dan lokasi kegiatan. Pada beberapa <i>tweet</i> yang menginformasikan lokasi kampanye dapat ditemukan tanda pagar (#).
When	Masa kampanye, selama perjalanan menuju atau sesudah kampanye dan selesai melakukan syuting.
Where	<i>Online</i> .

sumber : hasil temuan data peneliti

2. Penggunaan Akun Twitter Cagub DKI Selama Masa Kampanye Putaran I

Kehadiran Twitter telah memberikan harapan baru dalam konteks politik, Twitter telah menjadi media komunikasi politik yang memungkinkan adanya demokrasi dan partisipasi politik (Davies, 2014; Panagiotis & Sams, 2011; Stieglitz and Xuan, 2012). Layanan ini (Twitter) memiliki karakter cepat, real-time, dan selalu *update* dengan konten yang baru (Panagiotopoulos & Sams, 2012:2).

Stieglitz & Xuan (2012:2) menyatakan dalam beberapa tahun ini Twitter dan berbagai media jejaring sosial lainnya memiliki peran penting dalam membentuk komunikasi politik di berbagai belahan dunia. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Twitter merupakan salah satu media yang digunakan politisi dalam membangun komunikasi politik dan berinteraksi dengan warga (Davies, 2014; Sabo, 2011; Stieglitz et al, 2012; Stieglitz and Xuan, 2012; Larsson and Moe, 2012; Wigand, 2010).

Salah satu riset yang mempelajari penggunaan Twitter selama pemilihan umum di Swedia tahun 2010 yang dilakukan oleh Larsson & Moe (2012) menemukan bahwa Twitter digunakan sebagai media untuk menyebarkan konten politik dan tidak untuk dialog politik. Ketika dikaitkan dengan pemilihan, penelitian membuktikan bahwa politisi di Inggris menggunakan Twitter mereka untuk mendukung model promosi diri dan melakukan interaksi dengan audiens yang terbatas (Panagiotopoulos & Sams, 2012:3).

Berdasarkan temuan penelitian dan pernyataan tokoh-tokoh tersebut peneliti mencoba menganalisa penggunaan akun Twitter Cagub DKI Jakarta 2012 selama masa kampanye melalui temuan pola komunikasi pada akun cagub. Berdasarkan hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa cagub menggunakan akun Twitternya sebagai media komunikasi politik. Perinciannya sebagai berikut :

- a. Penggunaan akun Twitter cagub didominasi untuk melakukan interaksi dengan pengikut akunya.

Melalui interaksi ini cagub menunjukkan dukungan dan pujian yang ditujukan kepadanya. Dukungan dan pujian ini menunjukkan citra positif cagub di mata pendukungnya. Melalui interaksi ini cagub juga melakukan dialog dengan pengikut akunya terkait pembahasan program yang ditawarkan cagub dan aplikasi program tersebut.

Dari proses interaksi cagub juga mendapatkan materi untuk mengambil keputusan terkait dengan kebijakan publik, *tweet* ini terkait dengan jabatan cagub Alex yang juga seorang Gubernur Sumatera Selatan. Melalui interaksi

cagub membangun kedekatan dengan pengikut akunnya dengan membalas *tweet* yang ditujukan kepadanya.

- b. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa cagub menggunakan akun Twitternya untuk memberikan informasi kepada khalayak Twitternya.

Pemberian informasi ini ditunjukkan melalui pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi. Melalui tautan ini cagub menunjukkan artikel yang berisi pemberitaan positif mengenai dirinya dan kegiatan kampanyenya; menunjukkan foto kegiatan dan menunjukkan video yang terkait dengan sosialisasi program kerjanya.

Informasi yang diberikan cagub melalui tautan mayoritas bersumber dari media atau portal berita yang sudah mapan, sehingga kredibilitas berita yang disajikan terjamin. Melalui artikel yang berisi pemberitaan positif mengenai dirinya cagub menunjukkan kualitas dirinya untuk dipilih, melalui artikel tersebut pembaca juga dapat mengetahui tokoh-tokoh yang mendukung dan memberikan opini mengenai Cagub. Sehingga pembaca selain mendapat informasi sekaligus mempertimbangkan penilaian cagub tersebut berdasarkan pengamatan pihak ketiga.

- c. Twitter juga dimanfaatkan oleh cagub sebagai media menyampaikan pernyataan politik atau opini pribadinya terhadap berita aktual.

Melalui akun Twitter, cagub yang mendapatkan pemberitaan negatif memberikan pembelaan dirinya dengan mengungkapkan prestasi yang dicapainya. Melalui pernyataan politik ini melakukan sosialisasi program kampanye dan memberikan edukasi politik kepada khalayak Twitternya.

Edukasi politik dilakukan cagub dengan mengingatkan khalayak Twitter untuk menggunakan hak pilihnya demi kemajuan Jakarta. Sosialisasi program kampanye dilakukan cagub dengan menyebutkan analisa masalah yang didukung oleh temuan data kemudian menawarkan programnya sebagai solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

- d. Melalui *tweetnya* cagub juga membahas topik di luar konteks politik.

Topik di luar konteks politik ini seringkali menarik respon dari pengikut akun Twitter cagub. *tweet* di luar konteks politik yang sering mendapatkan respon adalah *tweet* yang berisi sapaan dan kalimat motivasi dari cagub kepada khalayak Twitternya. Melalui *tweet* dalam pola komunikasi ini cagub membuka diri kepada khalayak Twitternya dengan membahas dirinya dan melalui sapaannya cagub lebih dekat dengan pengikut akunya.

- e. Akun Twitter juga digunakan cagub untuk memberikan informasi mengenai kegiatan yang sedang dilakukannya.

Informasi mengenai kegiatan yang dilakukan cagub terkait dengan pemberitahuan lokasi kampanye, keterangan waktu dan juga mengandung ajakan bagi khalayak Twitternya untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Ketika cagub selesai melakukan syuting program TV yang membahas mengenai program atau kegiatan kampanye, cagub menginformasikan hal tersebut melalui *tweetnya* dengan harapan khalayak Twitternya menonton program tersebut.

Hasil penelitian penggunaan akun Twitter Cagub DKI Jakarta 2012 selama masa kampanye putaran pertama menunjukkan bahwa Twitter digunakan oleh

cagub sebagai media komunikasi politik. Temuan ini terkait dengan konteks kampanye pemilihan kepala daerah sehingga konten *tweet* yang diunggah cagub berisi konten politik. Dari hasil temuan mengenai pola komunikasi cagub telah menggunakan Twitter sebagai media berkomunikasi dengan pengikut akunya. Dari proses interaksi yang dilakukan cagub dapat diketahui bahwa belum ada diskusi yang mengarah pada pengembangan program kampanye yang diajukan cagub. Interaksi mengenai program kampanye hanya sebatas memberikan kritik mengenai implementasi program tersebut.

Melihat interaksi dalam akun Twitter cagub ini menunjukkan model Liberal e-demokrasi karena cagub masih menganggap pengikut akun sebagai subjek dalam program mereka. Hal ini tampak dalam pola komunikasi yang ditemukan pada akun Twitter cagub menunjukkan komunikasi atas ke bawah sehingga Twitter masih dipandang sebagai media penyebaran informasi dan pengikut akun sebagai konsumen yang menerima program yang ditawarkan.

Twitter menjadi media penyebaran informasi menunjukkan bahwa pengikut akun tidak terlibat aktif dalam diskusi pembuatan dan pemilihan program yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika terdapat kritik atau saran dari pengikut akun, cagub banyak merespon dengan ucapan “terima kasih” atau “ide yang bagus” sehingga interaksi berhenti dengan ucapan tersebut.

Menariknya pada contoh kasus di Pilkada DKI Jakarta 2012 cagub yang maju dalam jalur independen adalah cagub yang banyak memanfaatkan *tweet* mereka sebagai sarana mensosialisasikan program kampanye dan berdiskusi mengenai program tersebut dengan pengikut akun mereka. Sayangnya diskusi

yang terjadi antara cagub independen dan pengikut akunnya juga belum memenuhi syarat model deliberatif e-demokrasi. Hal ini dikarenakan setelah caagub memberikan penjelasan mengenai pertanyaan implementasi program, pengikut akun yang bertanya tidak melanjutkan pertanyaan atau merespon dengan jawaban “semoga bukan hanya janji semata”. Dari pernyataan ini peneliti tidak menemukan argumen yang jelas dari pengikut akun untuk menyangsikan program kerja cagub, sehingga interaksi ini masih memenuhi syarat model liberal e-demokrasi.

Pada cagub yang mendapat dukungan partai jarang membahas mengenai program kampanye dalam *tweet* mereka dan banyak membangun interaksi atau membahas topik di luar konteks politik. Cagub dengan dukungan partai politik ini lebih banyak mengutamakan melakukan pendekatan pada pengikut akunnya dengan membahas membahas dirinya dan melalui sapaannya seakan-akan tidak ada jarak antara cagub dengan pengikut akunnya.

3. Perbandingan Pola Komunikasi Cagub DKI Jakarta dengan Temuan Sabo (2011).

Berdasarkan pengamatan peneliti, kelima pola komunikasi yang ditemukan dalam enam akun Twitter cagub menunjukkan bahwa pola komunikasi cagub berinteraksi dengan pengikut akunnya menempati urutan pertama dengan total 436 kejadian. Pada urutan kedua pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi dengan total 190 kejadian. Menempati urutan ketiga pola komunikasi cagub mengutarakan pernyataan

politik dengan total 100 kejadian. Selanjutnya di urutan keempat adalah pola komunikasi cagub membahas topik di luar politik dengan total 52 kejadian. Pada urutan kelima ditempati pola komunikasi cagub menginformasikan kegiatan yang dilakukan cagub dengan total 45 kejadian.

Tabel 3.8.1 Pola Komunikasi Cagub DKI Jakarta

No	Pola Komunikasi	Total <i>Tweet</i>
1.	Cagub berinteraksi dengan pengikut akun Twitternya	436
2.	Cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi.	190
3.	Cagub memberikan pernyataan politik atau pandangan pribadinya mengenai topik aktual.	45
4.	Cagub membahas topik di luar konteks politik	52
5.	Cagub menginformasikan kegiatan yang sedang dilakukannya	100

Sumber : hasil temuan penelitian

Urutan pola komunikasi yang ditemukan peneliti pada akun Twitter cagub berbeda dengan penelitian Sabo (2011) pada akun Twitter wakil rakyat Norwegia. Pada penelitian Sabo (2011) pola komunikasi yang berada di urutan pertama adalah politisi mencantumkan tautan dengan 114 kejadian dilanjutkan dengan menginformasikan kegiatan politisi (98 kejadian), memberikan pernyataan politik (87 kejadian), membahas di luar topik politik (83 kejadian), berdiskusi dengan politisi lainnya (77 kejadian), mencantumkan tautan ke halaman blog mereka (28 kejadian) dan mencari masukan dari pengguna Twitter lainnya (8 kejadian).

Tabel 3.8.2 Pola Komunikasi Sabo (2012)

No	Pola Komunikasi	Total <i>Tweet</i>
1.	Politisi mencantumkan tautan sebagai sumber informasi.	144
2.	Menginformasikan kegiatan politisi	98
3.	Memberikan pernyataan politik	87
4.	Membahas topik di luar konteks politik	83
5.	Berdiskusi dengan politisi lain	77
6.	Mencantumkan tautan ke halaman blog mereka	28
7.	Mencari masukan dari pengguna Twitter lain	8

Sumber : hasil temuan penelitian

a. Pola komunikasi berinteraksi dengan pengikut akunnya

Hasil penelitian Sabo (2011) memuat dua pola komunikasi yang berkaitan dengan interaksi yang dilakukan wakil rakyat pada akun Twitternya. Kedua pola komunikasi ini adalah wakil rakyat berdiskusi dengan sesama politisi dan wakil rakyat meminta masukan dari pengguna Twitter lain sedangkan pada temuan peneliti pola komunikasi interaksi yang ditemukan hanya satu yaitu cagub berinteraksi dengan pengikut akunnya.

Pola komunikasi interaksi yang ditemukan Sabo (2011) pada wakil rakyat di Norwegia menunjukkan bahwa dialog menjadi poin utama dalam pola tersebut. Pola komunikasi wakil rakyat berdiskusi dengan sesama politisi membahas topik yang saat itu dibicarakan dalam debat di Parlemen. Pihak yang terlibat dalam diskusi adalah orang yang hadir di ruangan dan mendengarkan debat yang sama. *Tweet* yang ditulis merujuk pernyataan pada

politisi lain dan memasukkan argumen pada *tweet* yang diunggah wakil rakyat.

Pola komunikasi meminta masukan dari pengguna Twitter lain menunjukkan bahwa non politisi merupakan pihak yang aktif dalam diskusi. Pada *tweet* wakil rakyat di Norwegia komunikasi seperti ini jarang terjadi, delapan kejadian merupakan permintaan masukan dan dua kejadian dimana wakil rakyat terlibat dalam diskusi dengan warga. Melalui *tweet* ini wakil rakyat mengumpulkan masukan dari warga sebagai fase awal pembuatan kebijakan. Warga kemudian diminta untuk membalas beberapa isu spesifik, mengekspresikan argument mereka sebagai petunjuk bagi wakil rakyat.

Pada penelitian ini, pola komunikasi interaksi cagub dengan pengikut akunya juga didominasi oleh warga atau non politisi. Jika penelitian Sabo (2011) interaksi dimulai dari wakil rakyat maka pada penelitian ini interaksi dimulai dari pengikut akun cagub. Topik yang dibahas oleh pengikut akun cagub ini dapat berawal dari *tweet* yang diunggah oleh cagub kemudian dikomentari oleh pengikut akunya kemudian dibalas oleh cagub. Contoh *tweet* seperti ini adalah :

26 Jun

Alex Noerdin @alexnoerdin

Good! "@Meniqholic: Uuuuu sedap :) apo lg yg di 26 ilir pak ,mantapp re: mie celor"

Dialog pada pola komunikasi interaksi cagub jalur independen dengan pengikut akunya memusatkan topik pada program kerja yang ditawarkan cagub. Masing-masing pengikut akun Twitter cagub Hendarji dan Faisal

memberikan saran dan kritik terhadap implementasi program mereka. Kedua cagub yang maju sebagai calon independen ini paling banyak menerima keraguan dari pengikut akunnya untuk lolos dalam Pilkada Jakarta 2012, hal ini karena mereka dinilai tidak memiliki basis massa untuk memenangkan Pilkada. Dalam *tweet* ini warga tidak diminta untuk memberikan argumen mereka tapi dengan kesadaran diri sendiri menyampaikan apa yang menjadi masalah mereka.

Pada pola komunikasi interaksi cagub dengan pengikut akunnya juga digunakan warga untuk menyampaikan keluhan dari warga kepada pemimpin mereka. Keluhan ini dapat dijumpai pada akun cagub Alex yang juga merupakan Gubernur Sumatera Selatan. Melalui *tweet* ini cagub mengumpulkan materi dan kemudian mengambil kebijakan sebagai solusi. Sehingga berbeda pada contoh kasus Sabo (2011) dimana wakil rakyat sengaja mengumpulkan materi sebagai bahan pembuatan kebijakan publik.

Penelitian Sabo (2011) menunjukkan bahwa interaksi yang dibangun wakil rakyat Norwegia melalui *tweetnya* belum memenuhi karakteristik e-demokrasi deliberatif dan didominasi karakter e-demokrasi liberal. Dalam *tweet* tersebut wakil rakyat fokus pada penyebaran informasi umum dan diskusi dengan warga hanya 2% dari *tweet* yang dianalisa (Sabo, 2011:9).

Pada penelitian ini interaksi yang terjalin antara cagub dengan pengikut akunnya tidak memenuhi deliberatif e-demokrasi dan lebih memenuhi e-demokrasi liberal. Dalam *tweetnya* cagub banyak membahas topik umum seperti menginformasikan kegiatan cagub yang berkaitan dengan kampanye

dan mengucapkan terima kasih atas dukungan yang diberikan pengikut akunya. Pengikut akun masih dianggap sebagai subjek dari informasi atau sosialisasi kampanye cagub, kritik yang diberikan ke cagub hanya ditanggapi dengan terima kasih dan tidak sampai terjadi diskusi yang berlanjut pada perbaikan program.

b. Pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi

Penelitian Sabo (2011) menunjukkan bahwa pola komunikasi wakil rakyat mencantumkan tautan merupakan pola komunikasi yang paling besar jumlah kejadiannya. Melalui *tweetnya* wakil rakyat Norwegia mencantumkan tautan sebagai informasi untuk mendukung pandangannya, membagikan pandangan politik mereka melalui web kampanye atau media massa dari ruang politik mereka. *Tweet* yang diunggah wakil rakyat tersebut murni sebagai media menyebarkan informasi dan tidak mengharapkan masukan atau memulai diskusi dari *tweet* tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi dukungan yang ditujukan kepada mereka melalui perantara media atau portal berita yang sudah mapan. Selain itu tautan tersebut berisi informasi halaman sosialisasi video program kampanye dan foto kegiatan mereka. Pola komunikasi ini merupakan komunikasi satu arah yang dibangun cagub untuk disebarkan ke khalayak Twitternya. Media yang digunakan sebagai sumber informasi pun merupakan media berita yang sudah dikenal masyarakat dan sangat jarang menggunakan blog sebagai rujukan informasi.

Pola komunikasi cagub mencantumkan tautan sebagai sumber informasi banyak menuju ke halaman web sumber berita yang mapan seperti okezone.com, detik.com dan beritajakarta.com, hanya ada dua cagub yang memuat halaman web mereka pribadi yaitu bangfauzi.com dan hendarjisoepandji.net. Pada penelitian Sabo (2011) wakil rakyat juga menggunakan web yang sudah terpercaya untuk menguatkan pandangan politik mereka. Baik cagub maupun wakil rakyat menggunakan tautan yang mengarah ke sumber yang terpercaya karena sudah dikenal dan teruji kredibilitasnya. Hal ini terkait dengan konten dari artikel yang digunakan wakil rakyat dan cagub untuk menguatkan pandangan mereka.

Pada kasus cagub, artikel berita yang menunjukkan dukungan tersebut digunakan untuk menguatkan elektabilitas mereka. *Tweet* mencantumkan tautan ini mengandung harapan untuk disebarluaskan oleh pengikut cagub karena berisi informasi mengenai kampanye cagub, berbeda dengan wakil rakyat dalam penelitian Sabo (2011) yang tidak mengharapkan tanggapan pada *tweet* yang diunggah mereka.

- c. Pola komunikasi cagub mengutarakan pernyataan politik atau pandangan pribadinya mengenai topik aktual

Pola komunikasi mengutarakan pernyataan politik merujuk pada topik aktual. Penelitian Sabo (2011) menunjukkan pernyataan politik ini merupakan satu arah penyebaran informasi dan merujuk pada masalah-masalah yang dibahas media massa kemudian menambahkan pernyataan atau opini mereka

pada topik tersebut. Pola komunikasi ini digunakan cagub untuk mensosialisasikan pandangan politik, program kerja dan mengajak masyarakat bergabung dalam Pemilu.

Pernyataan politik juga digunakan cagub sebagai hak jawab atas isu negatif yang menimpa cagub, seperti yang dialami cagub independen yang diragukan kompetensi dan pengalamannya. Pada akun cagub Hendarji dan Faisal hak jawab tersebut disampaikan menggunakan prestasi yang pernah mereka raih sebagai pemimpin di bidang masing-masing. *Tweet* dalam pola komunikasi ini digunakan cagub untuk mensosialisasikan program kerja mereka dengan terlebih dulu menjelaskan analisa dan pengamatan mereka mengenai masalah yang dialami Jakarta. Pada cagub Alex pola komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan kekecewaannya pada Pilkada DKI karena salah seorang relawannya dilukai dan melalui *tweetnya* cagub Alex mengecam pihak yang bertanggung jawab serta akan memprosesnya ke jalur hukum.

d. Pola komunikasi cagub membahas topik di luar konteks politik

Penelitian Sabo (2011:6) pola komunikasi ini memungkinkan pengikut akun Twitter wakil rakyat lebih mengenal pribadi wakil mereka. *Tweet* yang diunggah wakil rakyat didominasi oleh topik olahraga dan kehidupan keluarga serta rencana kegiatan wakil rakyat di waktu senggang mereka. Topik olahraga yang paling ramai dibicarakan adalah pertandingan ski dan bola antardaerah. Masing-masing wakil rakyat Norwegia mendukung tim dari daerah pemilihan mereka masing-masing. Dalam *tweet* ini wakil rakyat mengomentari *tweet* dari atlet/musisi/keluarga mereka sendiri.

Pada penelitian ini pola komunikasi membahas topik di luar konteks politik didominasi kalimat motivasi dan sapaan kepada khalayak Twitternya. Hanya cagub Hendarji yang membahas mengenai dirinya. *Tweet* cagub pada pola komunikasi ini memicu respon dari pengikut akun Twitter cagub, sehingga tidak jarang *tweet* interaksi dan *tweet* ini saling berkaitan atau berurutan. *Tweet* cagub yang paling banyak mendapat respon adalah *tweet* yang berisi kalimat motivasi atau sapaan pada khalayak Twitter.

Penelitian Sabo (2011) menyebutkan bahwa wakil rakyat mengomentari *tweet* dari atlet/ musisi /keluarga mereka sendiri sedangkan pada penelitian ini masing-masing cagub menuliskan *tweet* mereka sendiri tanpa merujuk pada *tweet* pihak lain. Dari segi konten wakil rakyat Norwegia banyak membahas mengenai pertandingan olahraga yang menjadi trend di negara mereka dan masing-masing wakil rakyat menyatakan dukungannya pada tim yang mewakili daerah pemilihan mereka, sedangkan pada penelitian ini cagub lebih banyak memberikan kalimat motivasi dan sapaan ke pengikut akun mereka masing-masing seakan-akan kepada teman (menunjukkan keakraban).

e. Pola komunikasi cagub menginformasikan kegiatan pada khalayak Twitternya

Pola komunikasi menginformasikan kegiatan pada khalayak Twitter pada penelitian Sabo (2011) menunjukkan kesan wakil rakyat ketika melakukan kunjungan eksternal dan berpartisipasi dalam debat di Parlemen. Dalam *tweet* ini tidak ada komentar yang bernada negatif dan semua wakil rakyat tampak terkesan dengan kunjungan mereka. Pada penelitian ini peneliti menemukan bahwa pola komunikasi ini digunakan cagub untuk menginformasikan

keberadaan cagub, *live report* kejadian yang dialami cagub dan mengajak khalayak Twitter untuk bergabung dalam kegiatan tersebut.

Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi ini merupakan komunikasi satu arah yang bersumber dari cagub dan ditujukan untuk umum. Jika penelitian Sabo (2011) menemukan wakil rakyat terkesan dengan kunjungan mereka dan tidak berharap mendapat respon dari pengikut akun mereka, pada penelitian ini cagub memberikan kalimat informatif dan mengharapkan respon dari pengikut akun cagub. Hal ini dikarenakan informasi mengenai keberadaan cagub juga menunjukkan lokasi kampanye berlangsung sehingga *tweet* cagub tersebut sekaligus menjadi undangan bagi pengikut akun mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan kampanye mereka.

Berdasarkan pola komunikasi yang disebutkan peneliti di atas menunjukkan bahwa cagub juga memanfaatkan akun Twitter mereka sebagai media menyebarkan informasi kampanye mereka. Akun Twitter cagub masih didominasi dengan informasi dan sosialisasi mengenai program kerja mereka, dan belum memanfaatkan fungsi interaksi sebagai media berdiskusi dengan calon pemilih mereka.