

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Politik

Definisi komunikasi politik adalah upaya untuk mengaitkan pemikiran-pemikiran politik dalam masyarakat, baik yang timbul dari internal kelompok, perkumpulan, lembaga, maupun elemen pada politik pemerintahan. Pada dasarnya, komunikasi politik juga melibatkan konsep-konsep seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan umpan balik, dengan fokus utama pada penyebaran informasi politik, (Syabana and Suyono 2023). Pada penelitian ini opini dari netizen media sosial X yang mengunggah berbagai macam tweet merupakan bagian dari komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

2.2 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan platform populer yang sekarang hampir semua orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zarella, mengatakan bahwa media sosial digunakan untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Ini merupakan evolusi terbaru dari teknologi web berbasis internet, yang memberikan kemudahan kepada semua individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi informasi, dan membentuk jejaring secara daring, memungkinkan penyebaran konten secara luas dan cepat. Karya tulis, tweet, atau video dapat dengan mudah direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang, pengguna media sosial bisa memperluas jangkauan informasi tersebut secara global, (yuni Fitriani 2017). Media sosial juga memberikan wadah bagi individu untuk berbagi pandangan dan opini dengan orang lain di seluruh dunia, serta berpartisipasi dalam berbagai diskusi dan interaksi melalui postingan dan komentar dalam media sosial.

2.3 Media Sosial X Sebagai Media Komunikasi

Media sosial twitter atau yang kini disebut X menjadi platform yang ramai digunakan orang-orang di Indonesia bahkan seluruh dunia. X dapat dianggap sebagai

salah satu alat komunikasi yang penting dalam ranah media sosial. X menyediakan platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan singkat yang disebut "tweet" dalam format teks, gambar, video, atau tautan, (Fahmi 2022). X memberikan pengguna kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung dengan audiens mereka, baik secara personal maupun sebagai bagian dari percakapan yang lebih besar. Fitur-fitur seperti retweet, balasan, dan like memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan tweet dari pengguna lain, sehingga memungkinkan adanya dialog, diskusi, dan pertukaran informasi yang cepat, (p2k.stekom.ac.id 2023).

Selain itu, X juga berfungsi sebagai alat komunikasi publik yang kuat. Banyak tokoh publik, organisasi, dan perusahaan menggunakan X untuk menyebarkan informasi, menyampaikan pesan, mempromosikan produk atau layanan, serta berinteraksi dengan pengikut mereka. Melalui penggunaan tagar (hashtag), X juga memfasilitasi pembentukan dan partisipasi dalam percakapan yang sedang tren atau topik tertentu. Dengan demikian, X bukan hanya sekadar alat untuk berbagi informasi, tetapi juga merupakan platform komunikasi yang memfasilitasi interaksi sosial, diskusi, dan pengaruh sosial dalam berbagai konteks, termasuk politik, bisnis, dan kegiatan sehari-hari, (pji.uma.ac.id 2021).

Dalam penelitian yang pernah dilakukan mengenai komunikasi politik melalui media X di Indonesia, menghasilkan beberapa temuan penelitian seperti pengguna X cenderung lebih suka men tweet mengenai politik karena media X adalah alat pintar dalam berkomunikasi, juga sebagai saluran komunikasi massa dengan konteks politik. Beberapa point temuan lainnya adalah media X memberikan kemudahan untuk berintraksi dengan pengguna lainnya, sebagai media mengekpresikan diri, kecepatan untuk medapat informasi yang diinginkan, (F. Emeraldien, R. Sunarsono, R. Alit 2019)

2.4 Fitur - Fitur Dalam X

Dilansir dari website socialmediamarketer.id X menawarkan sejumlah fitur yang penting dalam konteks komunikasi sosial dan pengelolaan informasi. Berikut adalah beberapa fitur utama dalam media sosial X, (Ismi 2022):

1. Tweet

Ini adalah pesan singkat yang dapat dikirimkan oleh pengguna, dengan batasan panjang maksimum 280 karakter. Tweet dapat berupa teks, gambar, video, atau tautan ke konten lainnya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, opini, berita, atau informasi lainnya dengan cepat dan langsung kepada pengikut mereka. Dalam penelitian ini tweet juga bisa berarti komentar yang sekaligus menjadi unit yang dianalisis nantinya.

2. Retweet

Fitur retweet memungkinkan pengguna untuk menyebarkan kembali tweet dari pengguna lain kepada pengikut mereka. Ini membantu dalam menyebarkan informasi yang relevan atau menarik, serta memperluas jangkauan pesan tersebut.

3. Balasan (Reply)

Pengguna dapat merespons tweet orang lain dengan cara membalasnya secara langsung. Fitur balasan ini memfasilitasi percakapan dan interaksi antara pengguna secara langsung, serta memungkinkan terjadinya dialog atau diskusi.

4. Like

Fitur like memungkinkan pengguna untuk menunjukkan apresiasi atau persetujuan terhadap suatu tweet dengan cara memberikan tanda suka. Ini dapat menjadi indikasi dukungan atau ketertarikan terhadap konten atau isu yang dibagikan.

5. Tagar (Hashtag)

Pengguna dapat menggunakan tagar (#) dalam tweet mereka untuk menandai atau mengkategorikan pesan mereka dalam topik atau percakapan tertentu. Ini membantu dalam menemukan konten atau isu yang relevan, serta memungkinkan partisipasi dalam percakapan atau kampanye yang sedang tren.

6. Mention (@)

Fitur mention memungkinkan pengguna untuk menyebut atau mengarahkan pesan kepada pengguna X lain dengan mencantumkan username mereka (@username) dalam tweet. Ini memfasilitasi komunikasi langsung antara pengguna, serta memungkinkan untuk memberikan penghargaan atau meminta tanggapan dari individu tertentu yang telah di mention sebelumnya.

7. Direct Message (DM)

Pengguna dapat mengirim pesan pribadi kepada pengguna lain melalui fitur Direct Message. Ini memungkinkan komunikasi privat antara pengguna tanpa harus membagikannya secara publik di timeline.

Fitur-fitur ini, bersama dengan berbagai opsi pengaturan privasi dan keamanan, menjadikan X sebagai alat komunikasi yang kuat dan fleksibel dalam memfasilitasi interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pengelolaan hubungan di dunia digital.

2.5 Netizen

Sebagai pengguna media sosial, netizen merupakan bahasa umum yang digunakan untuk menyebut pengguna media sosial tersebut. Netizen merupakan gabungan antara kata citizen yang berarti warga atau masyarakat, dengan kata internet sehingga terbentuk kata netizen. Sebutan netizen juga mengarah kepada seorang yang aktif terlibat dalam komunikasi dunia maya atau internet, (johorejo.desa.id 2023). Pada jurnal yang ditulis Michael Hauben di tahun 1996, ia mengatakan selamat datang di era abad kedua puluh satu. Bagi Anda yang merupakan Netizen (warga internet) dan merasakan kehidupan sebagai bagian dari masyarakat global, terima kasih kepada internet yang telah menciptakan konektivitas global dan mewujudkan ruang maya ini. Anda memungkinkan orang-orang menjadi sekutu dalam perjuangan yang sama. Meskipun Anda secara fisik tinggal di satu negara, Anda dapat terhubung dengan seluruh dunia melalui jaringan komputer global. Secara virtual, Anda bersama-sama bertetangga dengan penduduk internet di berbagai belahan dunia. Kendala geografis telah digantikan oleh adanya wadah virtual yang universal, (Arthadi 2018).

Selain dari fitur dan tools yang disajikan oleh X sangat mendukung untuk berdiskusi, bertukar pendapat, berbagi opini, netizen pada media sosial X memiliki karakter yang lebih open minded dari media sosial lainnya. Dalam konteks penelitian ini, netizen merujuk kepada masyarakat Indonesia pengguna media sosial X, yang aktif dalam membuat tweet atau cuitan terhadap KPU dan Bawaslu pada isu pemilu 2024 pada rentang waktu tertentu, yaitu tanggal 27 hingga 28 Februari 2024.

2.6 Opini

Opini dapat didefinisikan sebagai penilaian, pandangan, atau pendapat subjektif seseorang tentang suatu topik, peristiwa, atau masalah. Opini seringkali didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, nilai-nilai, dan keyakinan individu, serta dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, latar belakang sosial, dan pengaruh media. Opini memiliki peran penting dalam proses komunikasi dan pembentukan pemikiran, karena dapat mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku individu serta masyarakat secara luas, (Liani 2023). Dalam konteks ilmu komunikasi, studi tentang opini sering melibatkan analisis tentang bagaimana opini dibentuk, disampaikan, diterima, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor komunikasi dan sosial. Dalam penelitian yang pernah dilakukan, menyatakan bahwa dalam memahami opini seseorang, merupakan perkara yang cukup sulit karena memiliki kaitan dengan, (Aswari 2022):

1. Kepercayaan terhadap sesuatu (*belief*)
2. Sesuatu yang dirasakan atau sikap sebenarnya (*attitude*)
3. Persepsi seseorang dalam memberikan makna (*perception*), yang didasari dari beberapa faktor, yakni :
 - a. Konteks budaya, tradisi, dan kebiasaan yang dianut oleh individu atau kelompok masyarakat.
 - b. Pengalaman masa lalu individu atau kelompok yang menjadi dasar untuk membentuk pendapat atau perspektif tertentu.
 - c. Prinsip-prinsip moral, etika, dan agama yang dipegang teguh oleh individu atau nilai-nilai yang dianut secara luas dalam masyarakat.
 - d. Informasi dan opini yang tersebar luas dan mempengaruhi pandangan seseorang, yang dapat berasal dari berita yang dipublikasikan dan memberikan kontribusi dalam pembentukan pandangan masyarakat.

2.7 Masyarakat Sebagai Netizen

Definisi umum masyarakat adalah kelompok individu atau orang yang hidup bersama-sama. Istilah "society" digunakan untuk merujuk pada masyarakat, yang mencakup aspek interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Asal kata "society" berasal dari bahasa Latin "socius," yang berarti "kawan." Sebagai tambahan,

istilah "masyarakat" juga berasal dari bahasa Arab "syaraka," yang memiliki arti ikut serta dan berpartisipasi, (Prasetyo and Irwansyah 2020). Dalam konteks studi ilmu komunikasi interaksi sosial merujuk pada hubungan dinamis antara individu, antar kelompok, maupun antar individu dengan kelompok lainnya. Seseorang kesulitan untuk bertahan hidup tanpa keterlibatan dalam interaksi dengan orang lain, maka dari itu penting bagi kita untuk memahami interaksi sosial. Konsep ini menjadi dasar dari proses sosial yang terjadi di masyarakat, (Xiao 2018).

Menurut pendapat para ahli masyarakat memiliki banyak definisi. Menurut Koentjaraningrat, masyarakat merupakan sekelompok individu yang hidup bersama dan berinteraksi sesuai dengan suatu sistem adat istiadat tertentu yang berlangsung secara berkelanjutan, sambil terikat oleh identitas yang sama. Menurut Selo Soemardjan, masyarakat adalah sekelompok orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan. Menurut Soerjono Soekanto, masyarakat adalah sistem kehidupan bersama yang menciptakan kebudayaan dan keterkaitan satu sama lain, dimana pola-pola perilaku yang khas menjadi perekat bagi kesatuan manusia dan berlangsung secara berkelanjutan. Menurut Emile Durkheim, masyarakat adalah kenyataan objektif dari individu - individu yang meyakinkannya. Menurut Karl Marx, masyarakat adalah struktur yang mengalami ketegangan organisasional dan perkembangan karena adanya pertentangan antar kelompok yang berbeda kepentingan secara ekonomi. Menurut Paul B. Horton dan Chester L. Hunt, masyarakat adalah sekelompok manusia yang relatif mandiri, tinggal bersama dalam jangka waktu yang relatif lama, bermukim di wilayah tertentu, memiliki kebudayaan yang serupa, dan melakukan sebagian besar aktivitas di dalam kelompok tersebut. Menurut Ralph Linton, masyarakat adalah kelompok manusia yang hidup dan bekerja bersama dalam jangka waktu yang cukup lama, mampu menciptakan keteraturan dalam kehidupan kolektif, dan menganggap kelompoknya sebagai sebuah kesatuan sosial, (Nailufar 2022).

Dalam konteks ilmu komunikasi, masyarakat sebagai netizen merujuk pada sekelompok individu yang terikat oleh minat dan perhatian yang sama terhadap suatu hal, meskipun mereka mungkin tidak saling mengenal satu sama lain. Netizen biasanya mengekspresikan minatnya melalui media massa, misalnya dengan memberikan komentar di kolom berita. Meskipun mereka fokus pada isu yang sama, netizen dapat

memiliki pendapat yang berbeda tergantung pada tingkat literasi masing-masing individu. Netizen tidak bersifat statis; mereka merupakan kumpulan individu yang mempertimbangkan secara rasional suatu isu dan tersebar di berbagai tempat, (Alberto, Simarmata, and Yuliana 2023). Pendapat rata-rata dari individu-individu ini memiliki pengaruh yang dapat dirasakan oleh masyarakat dalam jangka waktu tertentu, dengan dampak yang dapat bersifat positif, netral, atau negatif. Sebaliknya, menurut Correia & Maia, pendapat terbentuk oleh mayoritas subjek yang menjadi fokus perhatian, sehingga membentuk kategorisasi sesuai dengan pendapat dari mayoritas subjek, seperti pro, kontra, dan sebagainya. Hasil dari pendapat tersebut juga bisa dikatakan sebagai opini dari individu yang berpendapat. Politisi dan jurnalis seringkali bertanggung jawab atas pengaturan isu publik. Isu-isu yang dibahas umumnya dianggap relevan dan layak untuk dibicarakan tanpa perlu adanya intervensi sensor dari komunikasi itu sendiri, (Asih and Rosit 2018).

2.8 Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah sebuah lembaga penyelenggara pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan independen, bertanggung jawab atas pelaksanaan proses pemilihan umum. KPU Provinsi dan KPU Kabupaten / Kota bertindak sebagai penyelenggara pemilihan umum di tingkat provinsi, kabupaten, dan kota masing-masing. Wilayah operasional KPU mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya, KPU beroperasi secara terus-menerus dan independen, serta menjalankan penyelenggaraan pemilihan umum tanpa adanya pengaruh dari pihak manapun yang terkait dengan pelaksanaan tugas dan kewenangannya, (kesbangpol.bandung.go.id 2023).

2.9 Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu)

Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) adalah sebuah lembaga negara yang memiliki peran utama dan fungsi untuk melakukan pengawasan terhadap semua proses dan tahapan pemilihan serta pemilu di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Bawaslu memiliki kewajiban untuk bersikap adil dalam menjalankan tugas dan wewenang pada pengawasan pemilu, membina dan mengawasi pelaksanaan tugas pengawas pemilu pada semua tingkatan, menyampaikan laporan hasil pengawasan

pemilu kepada Presiden dan DPR, menjalankan kewajiban lain sesuai dengan ketentuan undang - undang nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum, (bawaslu.go.id 2018).

2.10 Analisis Isi

Bersamaan dengan kemajuan dalam metodologi penelitian lapangan, selama beberapa dekade terakhir para peneliti telah mengembangkan studi/analisis isi sebagai variasi dalam penelitian. Sementara dalam penelitian lapangan, pencarian literatur sering dianggap sebagai langkah awal untuk menyusun kerangka penelitian (research design), memperoleh informasi sejenis, atau mendalami teori dan metodologi, dalam analisis isi, pencarian teks melampaui sekadar kajian teori dan metodologi. Analisis isi memanfaatkan literatur yang ditemukan sebagai bahan penelitian itu sendiri. Analisis isi adalah teknik penelitian yang diterapkan untuk memahami pola dan karakteristik komunikasi tertentu. Terdapat dua pendekatan utama yang umum digunakan dalam analisis ini, yakni pendekatan kuantitatif dan kualitatif, (Ahmad 2018).

Salah satu konsep analisis isi yang dipaparkan oleh Eriyanto memiliki dasar dari teori Holsti yang dikembangkan dari komunikasi indeks keandalan Osgood, yang berarti analisis isi dengan metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk memahami karakteristik isi dan mengidentifikasi konten komunikasi yang terlihat, dilakukan dengan cara yang reliabel dan valid. Uji reliabilitas adalah pengujian yang menilai apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan dan menghasilkan temuan yang konsisten ketika diterapkan oleh individu yang berbeda, (E. Yudananto, R. Damastuti 2023 : K.Krippendorff 2019). Bukan hanya memanfaatkan analisis isi dalam kerangka deskriptif, tetapi juga dapat digunakan untuk mengembangkan konsep dan temuan baru serta menguji teori yang ada. Analisis isi dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi dan mencatat sikap, pandangan, dan minat individu, kelompok kecil, atau masyarakat yang beragam. Selain itu, analisis isi dapat digunakan dalam evaluasi untuk membandingkan konten komunikasi dengan tujuan yang telah didokumentasikan sebelumnya, (Maschi 2016).

2.11 Penelitian Terdahulu

Literatur	Jurnal 1
Peneliti	1. AWAD BIN MUHAMMAD ALKATIRI, 2. ZHAFIRA NADIAH, 3. ADINDA NADA S. NASUTION
Judul	OPINI PUBLIK TERHADAP PENERAPAN NEW NORMAL DI MEDIA SOSIAL TWITTER
Tahun	2020
Hasil	Dalam konteks penelitian ini, terlihat bahwa sebelum diterapkannya kebijakan "new normal" pada bulan Juni, terdapat tingkat antusiasme yang tinggi dari masyarakat terkait penerapan tersebut di Indonesia. Namun, pelaksanaan "new normal" ini menimbulkan perdebatan dan opini yang beragam, yang merupakan fenomena yang wajar dalam proses kebijakan publik, dengan konsekuensi yang harus diperhitungkan. Sementara kebijakan "new normal" diharapkan dapat memulihkan perekonomian, namun ada risiko peningkatan kasus positif COVID-19 jika masyarakat tidak mematuhi protokol yang telah ditetapkan.
Perbedaan	Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti lebih memfokuskan pada tanggapan atau opini publik terhadap penerapan new normal yang ditetapkan pemerintah, mengingat kondisi ini (covid-19) merupakan hal baru bagi masyarakat sedangkan penelitian yang dilakukan kali ini berfokus pada isu pemilu 2024.
Sumber	journal.univpancasila.ac.id
Literatur	Jurnal 2
Peneliti	1. Inny Aisyah, 2. Nurul Hasfi
Judul	OPINI PUBLIK DALAM GERAKAN TAGAR #PERCUMALAPORPOLISI DI MEDIA SOSIAL TWITTER
Tahun	2022

Hasil	Berdasarkan analisis isi kuantitatif yang telah dilakukan, terungkap bahwa opini publik terhadap kepolisian dalam tagar #PercumaLaporPolisi cenderung negatif. Dari 100 tweet yang dijadikan sampel, sebanyak 83% atau 83 postingan menunjukkan pandangan negatif, sementara hanya 17% atau 17 postingan menunjukkan pandangan positif. Opini negatif mencakup simpati terhadap korban, kritik terhadap kepolisian, dan ekspresi kekecewaan terhadap penanganan kasus pemerkosaan anak di bawah umur di Luwu Timur. Di sisi lain, opini positif berisi saran, harapan, dan dukungan terhadap lembaga kepolisian.
Perbedaan	Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti lebih memfokuskan pada tagar yang telah dibuat publik atau netizen dari pada kata kunci, sedangkan penelitian yang dilakukan kali ini berfokus pada kata kunci “KPU” dan “Bawaslu” pada isu pemilu 2024.
Sumber	ejournal3.undip.ac.id
Literatur	Jurnal 3
Peneliti	1. Dini Nur Asih, 2. Muhamad Rosit
Judul	Opini Publik di Media Sosial: Analisis Isi Opini Kandidat Ahok-Djarot dan Anies-Sandi di Twitter
Tahun	2018
Hasil	Penelitian ini menyimpulkan bahwa debat terakhir Pilkada DKI Jakarta 2017 yang diselenggarakan pada 12 April 2017 menarik perhatian signifikan dari pengguna media sosial, khususnya di Twitter. Penggunaan tagar #DebatPilkadaDKI pada debat terakhir menjadi platform utama untuk mengekspresikan pendapat. Sejumlah opini beragam muncul, tetapi fokus utama percakapan adalah seputar isu SARA dan program kerja. Berdasarkan hasil temuan penelitian, pola opini yang berkembang sejalan dengan tagar #DebatPilkadaDKI menunjukkan bahwa pasangan Ahok-Djarot lebih mendapatkan pandangan positif, sementara pasangan Anies-Sandi lebih banyak mendapat pandangan negatif.

Perbedaan	Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti fokus dengan isu yang terjadi pada debat Pilkada DKI Jakarta 2017. Maka dari itu peneliti fokus dengan opini di media sosial dengan hashtag #DebatPilkadaDKI, sedangkan penelitian yang dilakukan kali ini berfokus pada isu pemilu 2024.
Sumber	journal.univpancasila.ac.id

