

Pemanfaatan Media Sosial Twitter Oleh Ridwan Kamil Dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai Dengan Fungsi Utama Media Massa

Andrea Eka Premasadha Harrera

(mckeliling@gmail.com)

(Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro)

Abstract

The development of social media makes a lot of people should follow it. We are required to be able to use social media as a medium that can simplify our lives, as we can find a lot of information or news through the media. On the other hand, social media can also facilitate the work of someone. In this research, the researcher want to see that social media twitter belonging to Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo which they use as a medium to get closer to the citizens, in accordance with the essential function of the mass media. This research using qualitative research method with observation the timeline twitter of @ridwankamil and @ganjarpranowo. Then, from the observation, It is indicate that the twitter account has complied with all the essential functions of a mass media

Keywords: Sosial Media, Ridwan Kamil, Ganjar Pranowo

Pendahuluan

Perkembangan media memang seperti tidak bisa lagi dipisahkan oleh kehidupan seseorang saat ini. Seakan – akan media “memaksa” kita untuk menggunakannya demi kelangsungan hidup kita. Dalam artian di era modern saat ini kita dituntut untuk tau segala hal, dan dengan menggunakan media inilah kita bisa membuat diri kita tau banyak hal, mulai dari masalah politik, ekonomi, sosial, bahkan masalah rumah tangga seseorang kita bisa mengetahuinya melalui sebuah media. Saat ini media konvensional seperti koran ataupun radio bukanlah menjadi unggulan lagi bagi seseorang yang ingin mendapatkan berita terbaru. Hadirnya media baru saat ini seakan membuat pamor dari koran dan radio menjadi tergeserkan. Sebut saja twitter, sebuah media baru berjenis microblogging yang bisa memberikan kita kemudahan untuk mendapatkan berita secara cepat dan singkat saat ini. Seseorang akan merasa tercukupi kebutuhan akan rasa keingin tahuannya dengan menggunakan media microblogging twitter ini.

Microblog sendiri adalah bentuk blog yang membatasi ukuran setiap postnya. Sebagai salah satu media sosial penyedia layanan microblog, maka twitter memberikan fasilitas penulisan pesan yang hanya dapat menampung 140 karakter (Zarrella,2010:31).

Kehebatan twitter inilah yang tidak jarang di dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk memudahkan melakukan pekerjaannya, sebagai contoh seorang kepala daerah yang menggunakan twitter sebagai media untuk mendengarkan keluhan – keluhan dan masukan dari warganya, demi kemajuan daerah tersebut. Dan di Indonesia sendiri hal tersebut sudah dilakukan oleh beberapa kepala daerah yang memang aktif sekali “bermain” media mikro blogging twitter ini.

Sebut saja walikota Bandung, bapak Ridwan Kamil yang sampai saat ini telah memiliki 1,2 juta pengikut atau followers di akun twitter miliknya yaitu @ridwankamil. Hal tersebut ia manfaatkan dengan sangat baik, untuk menjaga “kedekatan” dengan warganya yang menggunakan situs

mikro blogging twitter. Tidak hanya Ridwan Kamil saja yang memanfaatkan twitter sebagai media untuk membangun daerahnya menjadi lebih baik lagi, karena gubernur Jawa Tengah, bapak Ganjar Pranowo pun sangat aktif menggunakan akun twitter pribadinya untuk mendengarkan dan menanggapi masukan serta kritikan dari warga Jawa Tengah sendiri khususnya. Beliau hingga saat ini mempunyai pengikut atau followers di akun twitternya yaitu @ganjarpranowo sebesar 540 ribu pengguna.

Bukan sebuah angka yang kecil bagi pengguna jejaring sosial twitter saat ini, dan hal ini membuktikan bahwa masyarakat mulai bisa menerima kehadiran media twitter bukan hanya sebagai media sosial yang bisa menghubungkan kita dengan seseorang, melainkan sebuah media sosial yang juga dapat membantu atau mempermudah pekerjaan seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah penggunaan media sosial twitter oleh walikota Bandung dan gubernur Jawa Tengah ini telah sesuai dengan fungsi media massa di Indonesia?.

Situs jejaring sosial atau media sosial awalnya muncul berdasarkan sebuah ide atau pikiran untuk mengumpulkan orang – orang dari seluruh belahan dunia. Media sosial sendiri adalah sebuah teknologi yang digunakan secara efektif untuk berkomunikasi dengan orang lain, membangun hubungan, dan membangun kepercayaan (Safko, 2010). Sesuai dengan karakteristik media sosial menurut Mayfield (2008) yaitu memungkinkan penggunaannya untuk berbagi informasi dan berinteraksi, maka pada tahun 1997, merupakan awal kemunculan situs

jejaring sosial yang pertama yaitu *Sixdegrees.com*, lalu disusul pada tahun 1999 dan 2000 muncul situs jejaring sosial lainnya seperti, *lunarstorm*, *live journal*, dan *cyword*.

Barulah pada tahun 2010, *Friendster* sebuah situs jejaring sosial yang sangat fenomenal selama beberapa tahun muncul. Sistem kerja *Friendster* sendiri mirip dengan sistem “*Multi Level Marketing*” (MLM). Dengan kata lain, jika kita punya teman di *Friendster*, secara langsung kita akan masuk dalam jaringan teman kita tersebut. Yang bisa dibilang unik dari *Friendster* adalah, selain dapat mendeskripsikan diri lewat identitas dan foto, situs jejaring sosial ini juga menyertakan testimonial yang diharapkan dapat menggambarkan si pemilik akun dengan lebih obyektif.

Namun keberadaan situs yang merupakan pelopor situs jejaring sosial tersebut harus berakhir pada tahun 2007, ketika sebuah jejaring sosial bernama *Facebook* hadir ditengah – tengah masyarakat. Pengguna *Friendster* beralih bahwa situs jejaring sosial *Facebook* lebih mudah digunakan dan mempunyai banyak kelebihan yang tidak dimiliki oleh *Friendster*. Praktis sejak saat itu pengguna mereka berkurang yang berpengaruh pada pendapatan *friendster*, sehingga *friendster* mengalami kebangkrutan.

Kemudian sejalan dengan perkembangan *facebook* yang luar biasa cepat, muncul lah sebuah jejaring sosial berjenis micro blogging, yaitu sebuah jejaring sosial yang hanya dapat menuliskan kata – kata tidak lebih dari 140 karakter, yang bernama *Twitter*.

Kisah perjalanan situs jejaring sosial mikro blogging *Twitter* ini berawal pada bulan Maret 2006 bersama dengan 3 orang pendirinya yaitu *Jack Dorsey*, *Evan Williams* dan *Biz Stone*. Mereka bertiga berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda, *Evan Williams* dan *Biz Stone* yang berasal dari Google, Kemudian *Jack Dorsey* yang merupakan karyawan Odeo.

Kemudian pada akhir 2006, *Evan Williams* bersama dengan *Biz Stone* mendirikan sebuah perusahaan, yaitu *Obvious Corp* dengan mantan karyawan Odeo. Awal berdirinya *Twitter* dimulai dari sebuah perusahaan yang terpisah pada April 2007 dari *Obvious Corp*.

Posisi *Jack Dorsey* sendiri adalah chief executive officer sampai Oktober 2008, namun ketika *Evan Williams* menjadi CEO, *Jack Dorsey* bergeser ke posisi ketua dewan direksi. *Jack Dorsey* merupakan pencetus ide *twitter* dalam sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh podcasting perusahaan Odeo.

Ia memiliki suatu ide mengenai sebuah pesan atau 'status', seperti pengiriman pesan atau status mengenai apa yang sedang seseorang lakukan, kemudian dengan siapa dia berinteraksi, hingga pada akhirnya akan membentuk sebuah interaksi percakapan antar pengguna. Konsep awal dari *twitter* adalah sebuah sistem dimana pengguna dapat mengirimkan pesan yang dengan cepat menyebar ke pengguna yang lain yang berteman dengannya. Namun, dengan melakukan diskusi dan koreksi serta pertimbangan – pertimbangan lainnya, maka saat ini *twitter* telah berkembang menjadi sebuah layanan jejaring sosial yang memiliki fitur untuk menerbitkan posting singkat, atau status yang mirip

dengan SMS namun dapat diakses menggunakan Internet.

Pada tanggal 15 Juli 2006 dimulailah proyek pembuatan *twitter* secara terbuka. Kemudian pada bulan April 2007 *twitter* secara resmi menjadi sebuah perusahaan, dengan nama *Twitter, Inc.* Kepopuleran *twitter* mulai dirasakan, ketika pada tahun 2007 bertepatan dengan diadakannya festival musik yang cukup populer *South by Southwest (SXSW)*. Selama acara tersebut penggunaan *twitter* meningkat sebanyak 40.000 tweets per hari, dari 20.000 tweets per hari menjadi 60.000 tweets per hari.

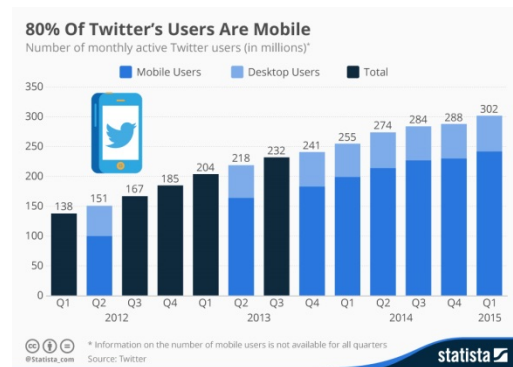
Dari situlah orang – orang mulai mencoba menggunakan situs mikro blogging 140 karakter ini. Walaupun hanya dibatasi dengan 140 karakter, bukan berarti *twitter* tidak dapat bersaing dengan *facebook*. Justru keunikan 140 karakter itulah yang membuat pengguna jatuh hati dengan *twitter*. Sementara itu, berdasarkan Kusuma (2009 :11 & 17) terdapat beberapa istilah - istilah yang umum ditemui pada *Twitter*, yaitu:

- a. *Timeline* adalah daftar *tweet* terbaru dari pengguna *twitter* yang diikuti pemilik akun, termasuk *tweet* yang dibuat pemilik akun.
- b. *Direct Message (DM)* yaitu fasilitas berkirim pesan antar pengguna secara lebih *private*. DM hanya bisa dilakukan oleh pihak yang diikuti (*di-follow*).
- c. *Trending topics* adalah daftar tema yang tengah hangat diperbincangkan di kalangan pengguna *twitter*.
- d. *Tweet* merupakan informasi yang terdiri dari pesan 140 karakter. *Tweet* berisi berita terbaru ("apa yang sedang terjadi") yang berkaitan dengan hal - hal yang pemilik akun sukai.

- e. *Reply tweet* atau *response tweet* (RT) adalah komentar atau balasan atas *tweet*.
- f. *Retweet* adalah menyalin seluruh isi *tweet* dari akun lain.
- g. *Follow* adalah mengikuti akun dan informasi yang disampaikan oleh seorang pengguna.
- h. *Follower* adalah pengikut atau yang mengikuti akun seseorang.
- i. *Mention* (@) digunakan untuk menyebut *username* pihak yang akan diajak berkomunikasi. Penggunaan simbol ini berada di awal sebelum menuliskan *username* pihak yang dituju.
- j. *Hashtags* atau tanda pagar atau tagar (#) adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci untuk topik diskusi atau informasi yang dibagikan agar mudah dicari.

Pengguna *twitter* yang terus bertambah tidak terlepas dari perkembangan teknologi saat ini, sebagai contohnya adalah perkembangan *handphone*, yang semula hanya berfungsi sebagai alat untuk melakukan komunikasi via telpon atau sms, saat ini berkembang menjadi sebuah alat komunikasi yang bisa menghubungkan orang dari seluruh dunia hanya menggunakan jaringan internet saja.

Handphone berlabel *smartphone* inilah menjadi salah satu faktor semakin bertambahnya jumlah pengguna media sosial khususnya *twitter* ini. Berikut adalah sebuah diagram yang diambil dari sebuah situs bernama www.statista.com yang menunjukkan perkembangan situs mikro blogging *twitter* hingga pertengahan tahun 2015.



diseluruh dunia, yang mengakses situs mikro blogging tersebut menggunakan *handphone* atau *smart phone* cenderung mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bagaimana media sosial sangat erat hubungannya dengan perkembangan teknologi saat ini.

Di Indonesia sendiri pertumbuhan pengguna *twitter* sangatlah cepat, hal ini dikarenakan hingga tahun 2015, pengguna aktif internet di Indonesia sudah mencapai angka 72,7 juta pengguna, dimana 72 juta penggunanya sendiri merupakan seseorang yang aktif menggunakan media sosial. Dan berikut adalah info grafis pengguna internet di Indonesia, yang dibuat oleh suatu agensi marketing sosial yang bernama *We Are Social* :

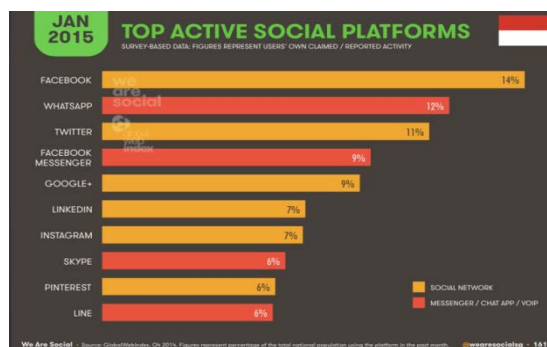


Gambar 2. Perkembangan pengguna internet di Indonesia

Dari gambar tersebut dapat terlihat bahwa negara Indonesia merupakan

satu kawasan yang sangat potensial bagi pelaku bisnis yang bergerak dibidang teknologi komunikasi, seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *line*, dan lain sebagainya.

Tidak hanya itu saja, agensi *We Are Social* ini juga memberikan hasil pengolahan data mereka mengenai “platform” sosial media apa saja yang sejauh ini berhasil menguasai pasar dalam negeri :



Gambar 3. Perkembangan platform media sosial di Indonesia

Berdasarkan gambar tersebut dapat kita lihat bahwa jenis platform media sosial terbagi menjadi dua jenis, yaitu “Social Network” dan “Mesenger / Chat App / VOIP”. Untuk kategori “Social Network” sendiri masih terbanyak dikuasai oleh *facebook*, kemudian disusul oleh platform mikro blogging *twitter*, dan *google +*. Sementara itu untuk kategori “Mesenger / Chat App / VOIP” dikuasai oleh platform *whatsapp*, *facebook messenger*, dan *skype*. Meskipun dari data tersebut posisi *twitter* masih kalah dengan posisi *facebook*, bukan berarti popularitas *twitter* di Indonesia tidak baik.

Banyak hal yang dapat membuktikan bahwa *twitter* juga sebuah platform yang diakui dunia sebagai salah satu pengguna terbanyak di dunia. Bahkan beberapa orang di Indonesia mempunyai pengikut atau followers yang berjumlah jutaan, dan membuat

akun tersebut mendapatkan “*verified*” oleh pihak *twitter.inc* itu sendiri, sebut saja *Raditya Dika*, seorang arti, comedian, sineas muda Indonesia yang mempunyai followers mencapai 12,8 juta orang, dan menjadikan akun miliknya di akui atau ter “*verified*” langsung oleh pihak *twitter* dengan munculnya tanda “centang biru” disebelah nama profile pengguna.



Gambar 4. Twitter @radityadika

Media sosial mikro blogging *twitter* tidak hanya merambah ke selebriti – selebriti di Indonesia saja, melainkan juga masuk kedalam ranah politik. Terbukti banyak sekali pelaku politik yang sudah mulai menggunakan media sosial *twitter* ini. Tidak jarang juga mereka yang dapat melihat “celah” dari sebuah akun *twitter* yang mereka punya, dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk mempermudah pekerjaan mereka.

Ada dua sosok kepala daerah yang sangat aktif menggunakan media sosial *twitter* miliknya, yaitu Ridwan Kamil, seorang walikota Bandung, Jawa Barat, serta seorang gubernur Jawa Tengah yaitu Ganjar Pranowo.

Pembahasan

Menurut Sholihati (2007:35), secara teoritis ideologis, media massa di Indonesia memiliki 5 fungsi utama:

1. Fungsi Informasi

Fungsi ini merupakan fungsi utama komunikasi secara umum dan merupakan unsur yang sudah

terpenuhi secara mutlak oleh media massa. Informasi dibutuhkan oleh khalayak, karena mereka membutuhkan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan, atau fikiran orang lain, apa yang dilakukan oranglain, dan sebagainya.

2. Fungsi Mendidik

Media massa dapat menjadi sarana pendidikan massa, dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang pembelajaran, media massa menyajikan beberapa peristiwa tentang proses – proses sosial, politik, dan budaya yang secara kognitif memberikan wawasan yang lebih luas kepada masyarakat.

3. Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan dalam tatanan ideal merupakan salah satu tuntutan yang harus dipenuhi media massa, sudah dijalankan secara optimal. Dengan melihat perilaku media massa nampaknya menjadikan fungsi hiburan ini menjadi target yang paling penting harus dipenuhi.

4. Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi ini ada peran yang dijalankan oleh suatu media massa untuk mempengaruhi dan merubah pola hidup masyarakat melalui pesan – pesan yang disampaikan. Hal ini menjadikan fungsi persuasi pada media massa memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat.

5. Fungsi Kontrol Sosial

Pola kehidupan sosial masyarakat saat ini sedang mengalami pergeseran nilai yang cukup signifikan. Perubahan pada pola fikir, sikap, dan persepsi terhadap lingkungan, serta pola perilaku memiliki kecenderungan pada semakin menguatnya paradigma pragmatisme yang serba instan. Oleh

sebab itu media harus bisa mengontrol lingkungan sosial dalam masyarakat. Dan berikut ini, hasil penelitian kepada akun twitter @ridwankamil selaku walikota Bandung dan @ganjarpranowo selaku gubernur Jawa Tengah.

Ridwan Kamil (@ridwankamil) Walikota Bandung, Jawa Barat

1. Fungsi Informasi



Gambar 5. Akun @ridwankamil memberikan informasi kepada warganya

Gambar tersebut menjelaskan bahwa akun @ridwankamil memberikan informasi kepada warganya yang mempunyai usaha atau produk untuk di daftarkan ke Dinas KUKM & Perindag kota Bandung.

2. Fungsi Mendidik



Gambar 6. Akun @ridwankamil memberikan wawasan seputar MEA kepada warganya

Gambar tersebut menunjukkan akun @ridwankamil dapat memberikan fungsi mendidik kepada warganya

melalui sebuah informasi yang menambah wawasan warganya yang menjadi pengikut atau followers akun twitternya. Di gambar tersebut terlihat akun @ridwankamil mencoba memberikan gambaran kepada warganya yang mempunyai bisnis menengah mikro terhadap kedatangan MEA atau Masyarakat Ekonomi ASEAN.

3. Fungsi Hiburan



Gambar 7. Akun @ridwankamil memposting foto dengan caption yang lucu

Gambar tersebut menunjukkan bahwa @ridwankamil memberikan “caption” atau kata – kata yang menggelitik (jenaka) untuk sebuah foto peletakan batu pertama pembangunan kereta cepat Jakarta – Bandung.

4. Fungsi Persuasi



Gambar 8. Akun @ridwankamil melakukan fungsi persuasi sebagai media massa

Gambar tersebut menjelaskan bahwa akun @ridwankamil mencoba memaparkan pendapat pribadinya

yang kemudian diharapkan juga dapat merubah pandangan masyarakat, khususnya “followers” akun @ridwankamil terhadap apa yang ia rasakan.

5. Fungsi Kontrol Sosial



Gambar 9. Akun @ridwankamil memberikan foto tentang program Microlibrary

Gambar tersebut menunjukkan bahwa akun @ridwankamil memberikan informasi tentang program “Microlibrary” kepada warga kota Bandung yang menjadi “followers” nya untuk menaikan budaya membaca dengan adanya “Microlibrary” tersebut.

Ganjar Pranowo (@ganjarpranowo), Gubernur Jawa Tengah.

1. Fungsi Informasi



Gambar 10. Akun @ganjarpranowo informasi tentang virus Zika (DBD)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa akun @ganjarpranowo memberikan informasi tentang virus Zika (DBD) kepada pengikutnya atau followersnya agar lebih bisa waspada dan lebih bisa

menjaga lingkungannya masing – masing.

2. Fungsi Mendidik



Gambar 11. Akun @ganjarpranowo meminta followersnya untuk melakukan 3M

Gambar tersebut menunjukkan bahwa akun @ganjarpranowo seperti mengingatkan kembali agar semua followersnya segera melakukan 3M di musim penghujan, dimana seperti yang diketahui wabah penyakit yang disebabkan oleh nyamuk mulai bermunculan.

3. Fungsi Hiburan



Gambar 12. Akun @ganjarpranowo menjawab pertanyaan dengan ciri khas orang jawa

Gambar tersebut menunjukan akun @ganjarpranowo mencoba menjawab pertanyaan yang terlihat tidak terlalu jelas maksud dari pertanyaan itu sendiri, dengan menggunakan bahasa jawa yang santai, seperti melucu. Jawaban dari akn @ganjarpranowo tersebut dapat memicu tawa dari followersnya apabila membacanya.

4. Fungsi Persuasi



Gambar 13. Akun @ganjarpranowo membuat ajakan untuk semua followersnya

Gambar tersebut menjelaskan bahwa akun @ganjarpranowo melalui balasan twitter kepada akun @Sinoeng69 mengajak semua followersnya untuk ikut membantu adik – adik atau anak – anak di PGOT Mardi Utomo Kramas Tembalang demi masa depan mereka yang lebih baik lagi. Hal ini dapat menjadi sesuatu yang sangat positif apabila semua bisa saling membantu satu sama lainnya.

5. Fungsi Kontrol Sosial



Gambar 14. Akun @ganjarpranowo memberikan penegasan terhadap pertanyaan followernya

Gambar tersebut menjelaskan bahwa akun @ganjarpranowo memberikan sebuah jawaban bernada tegas terhadap sebuah permintaan oleh followersnya dengan maksud untuk memberikan pengertian bahwa aturan yang telah ditetapkan punya tujuan yang baik bagi lingkungan atau daerah tersebut.

Kesimpulan

Kedua akun twitter @ridwankamil dan @ganjarpranowo sama – sama telah

melakukan perannya sebagai sebuah media massa yang baik dan benar. Kedua akun tersebut dapat memberikan sebuah pelajaran yang penting bagi kita semua yang selama ini belum bisa memanfaatkan media sosial kita sebagai sebuah media massa yang baik dan benar. Besar harapan peneliti, nantinya akan ada penelitian – penelitian lagi tentang hal yang serupa namun dengan objek yang berbeda, yang juga mempunyai pengaruh besar terhadap lingkungannya atau masyarakat luas.

Daftar Pustaka

Kurnia Widiastuti, Desi. (2014). *Twitter Sebagai Media Alternatif Informasi Publik*. Yogyakarta: Fishum.

Madcoms. (2011). *Berinternet Dengan Facebook dan Twitter Untuk Pemula*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

McQuail, Denis. (1991). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Safko, Lon. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*, Willey, New Jersey.

Internet

Twitter @ridwankamil dalam <https://twitter.com/ridwankamil> ,diakses pada 28 Januari 2016 pukul 12:46 WIB

Twitter @ganjarpranowo dalam <https://twitter.com/ganjarprano>

wo ,diakses pada 28 Januari 2016 pukul 14:30 WIB

<https://etikajejaringsosial.wordpress.com/about/pembahasan/sejarah-dan-perkembangan-jejaring-sosial/> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 11:45 WIB

<https://akufredian.wordpress.com/2011/01/02/sejarah-perkembangan-kebangkrutan-friendster/> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 11:50 WIB

<http://alamtekno.blogspot.co.id/2013/06/sejarah-twitter.html> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 11:52 WIB

<http://www.techno.id/social/bagaimana-perkembangan-twitter-saat-ini-1509122.html> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 11:57 WIB

<http://www.statista.com/chart/1520/number-of-monthly-active-twitter-users/> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 12:05 WIB

<https://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja/>diakses pada 28 Januari 2016 pukul 12:15 WIB

<https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/> , diakses pada 28 Januari 2016 pukul 12:17 WIB