

STRATEGI PESAN AKTOR POLITIK DALAM MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Akun Wali Kota Tangerang Selatan Banten)

Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom, M.Si¹, Dr. Priyono Sadjjo²

¹UPN Veteran Jakarta

yoga.sembada@upnvj.ac.id

²UPN Veteran Jakarta

priyonosadjjo@upnvj.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan platform komunikasi digital yang digunakan oleh aktor politik sebagai kampanye komunikasi politik. Dalam penelitian ini menggunakan konsep Habitus dari Pierre Bourdieu untuk melihat modal sosial yang tampak dalam media sosial mereka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi untuk melihat data secara lebih lengkap dan utuh. Dari penelitian terhadap jejak digital diperlihatkan strategi aktor politik yang bermain dalam akun-akun media sosial yang diciptakannya, merupakan strategi baru yang memberikan peluang peningkatan citra dan elektabilitas dalam Pemilu.

Kata Kunci: Habitus, Komunikasi Politik, Komunikasi Digital.

Abstract

This article aims to explain the use of digital communication platforms used by political actors as a political communication campaign. In this study used the concept of Habitus of Pierre Bourdieu to see the social capital that appear in their social media. This research uses a descriptive method with the content analysis technique to see the data more fully and intact. From research to digital footprint the strategy of political actors playing in the social media accounts created, is a new strategy that gives the opportunity to increase image and electability in the election.

Keywords : Habitus, Political Communication, Digital Communication

PENDAHULUAN

Pengguna media digital dengan *platform* media sosial di tanah air terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan teknologi komunikasi telah memengaruhi penyebaran informasi massa. Media sosial menjadi *platform* mencari informasi baru di internet. Besarnya potensi media sosial menjadi sumber informasi politik telah mendorong optimisme pemberdayaan digital, pembaruan ruang publik, hingga memfasilitasi aktor politik di tanah air menyebarkan informasi mengenai kegiatannya sebagai abdi masyarakat. Kehadiran media sosial memungkinkan politisi berkomunikasi dengan konstituennya dengan gaya informal sebagai bentuk interaksi baru terhadap transparansi penyelenggaraan pemerintah.

Masyarakat Indonesia tergolong sebagai pengguna media sosial paling aktif sedunia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *We Are Sosial*, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Pada laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Sosial Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Sebanyak 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat *mobile*, seperti *smartphone* atau tablet untuk mengakses media sosial, dengan penetrasi 45 persen. Dalam sepekan, aktivitas online di media sosial melalui *smartphone* mencapai 37 persen (Kompas.com, 2018).

Sebanyak 130 juta penduduk Indonesia memiliki akun Facebook pada 2018, nomor empat tertinggi di dunia. Dengan Bekasi menjadi kota paling aktif nomor tiga di dunia yaitu sebanyak 18 juta warga Bekasi merupakan pengguna aktif Facebook dan diikuti Jakarta pada nomor empat sebanyak 16 juta penduduk. Bahasa Indonesia juga menjadi bahasa nomor empat yang sering digunakan di Facebook sebanyak 150 juta pengguna atau 6,9 persen dari total seluruh penggunaan bahasa di dunia. Sementara itu ada 53 juta penduduk Indonesia memiliki akun Instagram, nomor tiga tertinggi di dunia (*We Are Sosial*, 2018).

Penelitian ini mempelajari penggunaan platform komunikasi digital yang digunakan oleh aktor politik sebagai kampanye komunikasi politik. Namun dalam

penelitian ini, kami memberikan perhatian khusus terhadap *platform* Instagram. Instagram berbeda dari media sosial lain seperti Twitter dan Facebook karena Instagram lebih berkisar mengunggah gambar daripada menyebarkan pesan berbasis teks. Ini membawa kita kembali ke peran visual dalam komunikasi politik.

Komunikasi visual juga menjadi bagian dari bidang ilmu komunikasi yang bertujuan menjelaskan produksi dan distribusi penerimaan proses dalam konteks politik kontemporer. Namun kebanyakan penelitian tentang visual dalam kampanye politik adalah seputar iklan. Seperti yang dijelaskan dalam jurnal *Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections* bahwa visual memainkan peran penting dalam membangun citra umum dari kampanye aktor politik. Penelitian ini sepakat dengan jurnal tersebut bahwa visual memiliki dampak yang kuat pada perhatian pemirsa dan melalui gambar dapat membuat argument persuasif (Filimonov, Russmann, Svensson: 2016).

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya mengunggah gambar dan video sendiri. Instagram diluncurkan pada Oktober 2010 dan layanan media sosial ini makin populer oleh pengguna media sosial kalangan generasi millennial.

Tren pendekatan komunikasi gaya baru pejabat publik dengan konstituennya juga dilakukan oleh kepala daerah seperti yang dilakukan oleh Ridwan Kamil. Mengawali karier politik sebagai wali kota Bandung, Ridwan Kamil yang lebih dikenal dengan sapaan Kang Emil memiliki jumlah pengikut atau *followers* yang banyak di generasi millennial. Unggahannya dalam akun media sosial yang dianggap jenaka, santai, dan kekinian menjadikannya sebagai politikus yang cukup populer di kalangan anak muda Indonesia. Hingga Januari 2019, akun Instagram Ridwan Kamil (@ridwankamil) diikuti oleh 9,8 juta *followers* dengan unggahan mencapai 5.600 unggahan, baik dalam bentuk video maupun foto. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil termasuk salah satu politikus yang sering menggunakan media sosial dalam kampanye sebagai upaya merangkul pendukung atau massa utamanya anak muda yang berpotensi sebagai pemilih pemula.

Sementara itu, tokoh yang menjadi fokus penelitian pada kami terkait dengan Walikota Tangerang Selatan, yaitu Airin Rachmy Diany dan Wakil Walikota Bhenyamin Davnie. Fenomena akun media sosial Airin hampir sama dengan Ridwan Kamil, yaitu penggunaan kekuatan media sosial mulai dari masa kampanye sampai saat

ini. Seperti yang sudah diungkapkan oleh Suara Tangsel bahwa pasangan Airin dan Benyamin ketika Pilkada adalah pasangan yang paling kreatif menggunakan media sosial (Suara Tangsel 2015)¹. Pada saat ini Instagram Airin di @airinrachmidiany sudah mempunyai pengikut *followers* sebanyak 31.500 akun, dan setiap unggahan Airin tidak sepi dari komentar wargnet atau *netizen* yang bermacam-macam (Prabowo, Dani, 2017).

KAJIAN TEORI

Teori Habermas tentang ruang publik banyak dikutip berulang kali dalam teorisasi demokrasi di negara barat dalam beberapa waktu terakhir terkait pemahaman kritis tentang hubungan antara media dan politik. Dengan argumentasi bahwa industrialisasi dan komersialisasi pekerja media mengikis ruang publik warga negara sebagai kelompok kolektif. Sementara internet media yang tidak dimiliki oleh siapapun dan setiap orang dapat berbicara dengan demikian ruang opini publik dapat dirumuskan, diperdebatkan, diungkapkan tanpa dibanjiri oleh intervensi komersial atau negara (Hill & Sen, 2000:120). Fakta meningkatnya angka pengguna media sosial ini pada akhirnya telah membawa persaingan baru bagi partai politik dan kandidat dalam Pilkada serentak 2018 dan Pemilu 2019. Melalui media sosial partai politik maupun aktor politik dapat membuat strategi komunikasi lebih efektif.

Penelitian serupa pernah dijalankan oleh Rusmulyadi & Hafiar (2018), yang meneliti tentang dekonstruksi citra politik Jokowi dalam media sosial. Namun karena arena yang dipakai pada waktu itu adalah pada masa kampanye Pilpres 2014, kami berpendapat penelitian ini tidak cukup kuat dalam penyimpulan peran komunikasi media massa dalam konsep komunikasi antara pejabat dan masyarakat. Lalu penelitian lainnya juga pernah dilakukan oleh Fitriyani (2011) yang meneliti mengenai pencitraan SBY via analisis wacana kritis dengan mengambil sumber dari buku biografi beliau. Penelitian ini pun dianggap tidak cukup dalam untuk meneliti sejauh mana peran media sosial dalam konteks pengambilalihan komunikasi sehari-hari di media massa.

Berdasarkan telaah pustaka di atas, kami memutuskan untuk mencoba tema penelitian serupa dengan pendekatan yang berbeda, yaitu pendekatan teori konstruksi

¹ Redaksi Suara Tangsel diambil dari Suara Tangsel <https://suaratangsel.com/kampanye-airin-di-medsos-dinilai-paling-kreatif/>.

sosial media massa, dan mencoba untuk melihat pola komunikasi yang terbentuk bukan semata-mata untuk kampanye, tetapi bentuk lain dari pola pelayanan pejabat publik kepada masyarakatnya.

Pada penelitian kali ini menggunakan paradigma kritis di mana dalam konsep paradigma ini merupakan dasar dari konsep metodologi Analisa wacana kritis di mana dalam paradigma ini mencoba memahami sebuah permasalahan sosial dan kaitannya dengan ranah, habitus, modal dan kekuasaan. Teori yang dipakai sebagai kerangka adalah teori strategi dominasi kekuasaan menggunakan media masa yang dalam hal ini adalah media sosial. Alasan teori ini digunakan, yakni karena asumsi-asumsi yang terdapat dalam teori ini dapat menjelaskan tentang cara-cara yang dilakukan aktor politik untuk menggalang dukungan.

Gagasan awal dari teori ini adalah untuk menggali strategi dominasi yang menggunakan ranah dan modal, tetapi strategi itu dijalankan oleh aktor-aktor yang memiliki habitus. Konsep ini dikemukakan oleh Pierre Felix Bourdieu. Secara garis besar konsep dikemukakan oleh Bourdieu adalah habitus, modal dan ranah yang dicoba untuk diaplikasikan dalam penelitian ini (Ritzer dan Goodman, 2010).

Habitus adalah struktur mental atau kognitif yang dengannya orang berhubungan dengan dunia sosial. Orang dibekali dengan serangkaian skema terinternalisasi yang mereka gunakan untuk mempersepsi, memahami, mengapresiasi, dan mengevaluasi dunia sosial. Melalui skema ini, orang menghasilkan praktik mereka, mempersepsi dan mengevaluasinya. Secara dialektif, habitus adalah “produk dari internalisasi struktur” dunia sosial. Habitus diperoleh sebagai akibat dari ditempatinya posisi di dunia sosial dalam waktu yang panjang (Ritzer dan Goodman, 2010:581).

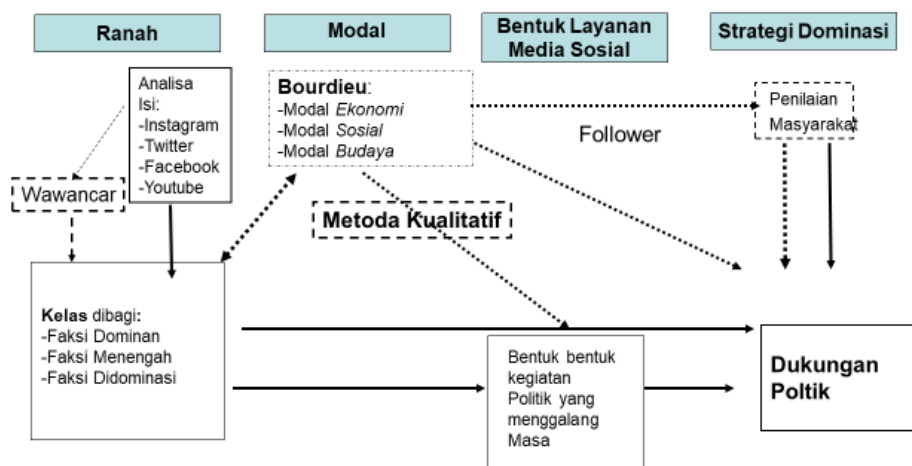
Adapun, ranah (*field*) lebih dipandang Bourdieu (Ritzer dan Goodman, 2010:582-590) secara relasional daripada secara struktural. Ranah adalah jaringan relasi antarposisi objektif di dalamnya (Ritzer dan Goodman. 2010:582). Keberadaan relasi-relasi ini terpisah dari kesadaran dan kehendak individu. Ranah merupakan: (1) arena kekuatan sebagai upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya atau modal dan juga untuk memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan; (2) semacam hubungan yang terstruktur dan tanpa disadari mengatur posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan.

Ketika berbicara modal, Bourdieu mengembangkan konsepnya sendiri secara menarik. Dia berangkat dari pemikiran, kepentingan atau sumber daya yang dipertaruhkan di dalam ranah tidak selalu berbentuk materi. Kompetisi di antara agen juga tidak selalu didasarkan pada kalkulasi secara sadar. Saat mengembangkan konsep tentang modal, Bourdieu tampak berbeda dengan ilmuwan sosial lain. Pada awalnya, Bourdieu memang masih tampak menyajikan analisisnya tentang modal dengan warna Marx yang kental.

Dalam tradisi Marxian, bentuk-bentuk modal didefinisikan dengan merujuk pada penguasaan ekonomi. Konsepsi Marxian tentang modal dianggap terlalu menyempitkan pandangan atas gerak sosial yang terjadi dalam masyarakat. Namun, Bourdieu tetap menganggap penting modal ekonomi, yang di antaranya adalah alat-alat produksi (mesin, tanah, tenaga kerja), materi (pendapatan, benda-benda), dan uang. Modal ekonomi merupakan modal yang secara langsung bisa ditukar, dipatenkan sebagai hak milik individu. Modal ekonomi merupakan jenis modal yang relatif paling independen dan fleksibel karena modal ekonomi secara mudah bisa digunakan atau ditransformasi ke dalam ranah-ranah lain serta fleksibel untuk diberikan atau diwariskan pada orang lain. Namun selain modal ekonomi, Bourdieu juga menyebut modal simbolik, modal kultural, dan modal sosial.

Pada penelitian kami, kami melihat bahwa strategi komunikasi yang dibentuk oleh pejabat pemerintah saat ini sudah sangat berubah jauh, dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi dengan masyarakat. Penggunaan media sosial inilah yang kemudian kami lihat sebagai salah satu cara bagi pejabat pimpinan daerah dalam membentuk citranya sebagai strategi dominasi di mata masyarakat. Alasan kami dalam memilih teori **konstruktivisme strukturalis** media massa ini yang pertama adalah bahwa media sosial saat ini sudah digolongkan sebagai media massa hal ini diungkapkan oleh Jose Van Dijck (2013) di mana dalam pendapat ia melihat bahwa media sosial (dalam hal ini beliau mengambil contoh facebook) berubah menjadi sebuah media massa yang bersifat personal di mana keterkaitan informasi yang diperoleh lebih kepada ikatan emosional ketimbang mengedepankan fakta dan data. Dalam pendekatan kualitatif, operasionalisasi teori dapat digambarkan pada model berikut:

Kerangka Pemikiran Strategi Aktor Politik



Gambar : Diagram Alir Penelitian

METODOLOGI

Pendekatan Penelitian

Penelitian berjudul ini menggunakan pendekatan yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat dari objek tertentu. Peneliti menggambarkan realitas yang sedang terjadi, berdasarkan kerangka konseptual yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya (Kriyantono, 2010).

Penelitian ini menggunakan sampling dari foto-foto yang ada pada akun instagram Ibu Airin Rachmy Diany @airinrachmydiany yang menurut kami relevan dengan hal yang akan diteliti. Oleh karena itu peneliti menggunakan analisis isi kualitatif untuk menganalisis konten-konten media tersebut. Metode analisis isi kualitatif berdasar pendekatan Schrier (2012), digunakan untuk menyusun tinjauan dan analisis literatur, analisis isi kualitatif adalah metode penelitian deskriptif yang melibatkan pengembangan kerangka pengkodean dan pengkodean kualitatif (dalam Snelson, 2016). Selain itu juga kami menggunakan metode wawancara dengan wakil walikota Tangerang Selatan H. Benyamin Davnie untuk mendapatkan data pembanding yang lebih baik.

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi teori yakni mencoba membandingkan data yang diperoleh dengan teori yang ada untuk memperkuat argumentasi peneliti. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lain untuk mengorganisasikan data yang dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis dan melihat apakah kemungkinan ini dapat ditunjang dengan data (Bungin, 2011).

SIMPULAN

Temuan Penelitian

Akun dua pejabat di Kota Tangerang Selatan, yaitu wali kota dan wakil wali kota yang dijadikan penelitian ini menunjukkan gejala yang disposisi habitus yang signifikan. Uraian hasil analisa tersebut bisa dilihat pada tulisan di bawah ini.

Akun Media Sosial Wali Kota Airin Daini Rachmi

Akun media sosial yang kami temui akun yang paling aktif adalah Instagram Airin di @airinrachmidiany. Adapun, akun media sosial lainnya seperti *Twitter* sudah tidak aktif sejak 2017. Dalam akun Instagram Airin, kami temui banyak unggahan-unggahan menarik terkait dengan keseharian beliau. Karena itu bagi kami, unggahan Airin dalam beberapa bagian terkait dengan konsep Bordieu tentang kekuasaan kapital yang mempengaruhi habitus beliau dalam bermedia sosial.



Gambar 4.1

Pada gambar di atas, terlihat posisi Airin mengembangkan modal sosialnya untuk menunjukkan bagaimana dekatnya dia dengan ulama. Karena seperti yang diungkapkan Bordieau (1984) Simbolisasi ini ditunjukkan dengan ditunjukkannya bahwa dia memiliki akses terhadap institusi sosial seperti MUI kota Tangerang Selatan. Dengan simbolisasi seperti ini Airin ingin menunjukkan sisi religiusnya dan menggambarkan bahwa dia dekat dengan ulama.



Gambar 4.2

Dari sini bisa dilihat bahwa Airin berusaha menunjukkan modal budaya yang dia punya. Sebagai mantan finalis Putri Indonesia dia berusaha menunjukkan kapasitas intelektual dia kepada publik dengan berfoto di belakang sidang PBB. Disamping beliau adalah **Elisabeth Louise Kapoyos** yang juga salah satu penyiar TVRI yang di mana ini merupakan pernyataan bahwa di sekitar beliau adalah orang-orang yang cukup terpelajar. Dalam modal budaya ini termasuk yang modal budaya yang terlembaga, karena pasti orang-orang yang diundang oleh PBB mempunyai kualifikasi akademik yang bagus. Gambar di atas bisa contoh bagaimana Airin menunjukkan modal sosialnya terinstitusionalisasi.



Gambar 4.3

Pada foto di atas terlihat Airin sedang mengikuti perlombaan 17 Agustus di lingkungan kompleks Wali Kota Tangerang Selatan. Pada foto ini terlihat bahwa Airin menunjukkan simbolisasi modal sosial dia sebagai orang yang memiliki keakraban yang ada di antara dia dan staf-stafnya, serta mengesankan bahwa Airin orang yang tidak berjarak. Kategori modal sosial yang ada pada foto ini adalah modal sosial yang diobjektifkan, menggunakan alat dan budaya untuk merepresentasi sesuatu.



Gambar 4.4

Pada foto di atas adalah contoh bentuk representasi modal sosial yang menyebadan (*embodied*), di mana Airin ingin menunjukkan bahwa dirinya adalah sosok

perempuan yang tangguh. Hal ini terkait dengan latar belakang beliau sebagai kepala daerah yang umumnya didominasi oleh kaum laki-laki. Airin mencoba mematahkan mitos bahwa dunia laki-laki yang cenderung keras dan agresif dan tidak ramah terhadap perempuan dengan simbolisasi foto ini di mana ia tidak takut untuk belajar menembak dan menggunakan senjata laras pendek maupun panjang.

Pada wawancara yang kami lakukan pada rekan beliau yaitu Wakil Wali Kota H. Benyamin Davnie terungkap bahwa media sosial yang digunakan oleh Airin hanya sebagai sarana untuk memelihara hubungan dengan konstituen. Hal ini sesuai dengan pernyataan beliau, “Kalau diperkirakan sekitar 40% itu dari dialog langsung dan 60% dari media sosial. Cuma yang saya minta dari mereka itu suara mereka. apabila kita mengandalkan dari medsos biasanya kepastiannya hanyalah 50-50. Namun menjaga dan memelihara hubungan berikutnya saya hanya menggunakan media sosial saja.” Selain itu dalam cara berkomunikasi dan melakukan pendekatan yang ada pada masyarakat, mereka lebih banyak memanfaatkan modal kultural dan modal sosial yang mereka punya, seperti contoh pada percakapan berikut dari Wakil Wali Kota Tangerang Selatan, “...strategi khusus tidak ada, berkomunikasi dengan mereka baik langsung atau melalui media sosial saya menggunakan bahasa mereka. Apabila kebanyakan dari mereka masyarakat Betawi maka saya akan menggunakan bahasa Betawi dengan simbol-simbol Betawi, terutama gaya bahasa mereka. Kalau untuk masyarakat menengah saya netral saja karena mereka mengutamakan nilai intelektual, rasionalitas. Tetapi, apabila dengan kelompok kelompok menengah ke bawah saya mengikuti kebiasaan mereka, apabila menggunakan bahasa Sunda maka saya akan ikut menggunakan bahasa Sunda. Untuk di kelompok pelajar, mereka biasanya suka dengan puisi maka saya akan membacakan puisi. Kalau hanya medsos saja rasanya tidak cukup untuk berdialog dengan mereka. Karena yang kita tangkap bukan hanya bahasanya saja tapi juga *feel*-nya.”

Akun Media Sosial Benyamin Davnie

Dari hasil wawancara, Benyamin Davnie telah memiliki pengalaman lama di birokrasi sejak pemerintahan dalam priode pertama dan kedua dalam kepemimpinan Wali Kota Airin. Berbeda dengan Strategi Wali Kota Airin yang sangat akrab dalam

menyapa konstituen di media sosial sehingga memperoleh prodikat sebagai media *darling*, Benyamin Davnie lebih menekankan pertemuan langsung dengan para konstituennya di lapangan hal ini dilakukan karena tujuannya adalah memperoleh dukungan suara yang hanya memberikan sumbangan suara 40% dibandingkan dengan tatap muka langsung yang didapatkan 60%.

Kendati demikian, Davnie menyadari tentang pentingnya peran media sosial dalam memberikan layanan publik. Sebagaimana dikemukakannya: “yang pertama dari gambaran makro, Tangsel saat ini jumlah penduduknya 1,6 juta. Tapi, hampir sepuluh tahun yang lalu hanya 1 juta sekian saja, tidak terlalu tinggi. Artinya, pertumbuhan ini semakin besar dan ke depan pertumbuhan itu juga semakin besar lagi. Yang kedua berarti yang harus kami lakukan pemerintah kota harus mampu menghadirkan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk kesejahteraan masyarakat. Kalau itu pasti, kemudian sekarang persoalannya bagaimanapun manajemen pemerintahan ini sudah berubah yang tadinya baik target, baik proses, baik klien, sekarang kan banyak kita anggap *family*. Kalau keluarga berarti harus kami layani, keluhannya harus kami tangkap apa yang kedepannya harus kami dengar. Kami juga harus menyampaikan apa yang menjadi inisiatif pemerintah daerah mengenai program kami, keterbatasan kami, artinya disini memang ada komunikasi mengenai manajemen pemerintahan.

Lalu kita melihat jangkauan pemerintahan kita saat ini walaupun saya punya aparat sampai ke tingkat kelurahan namun tetap saja ada kendala di situ yaitu kendala jumlah, kendala jarak, kendala kemampuan. Untuk mengatasi itu kami memperkenalkan program yang bisa menangkap apa yang dikendalikan. Berarti harus ada strategi komunikasi yang tepat dan saat ini itu difasilitasi oleh teknologi komunikasi kita. Pemkot Tangsel sudah sejak lama, sejak akhir periode pertama 2004-2005, karena kami memimpin itu dari 2011. Pada 2004-2005 kita mulai mencoba untuk menggali sistem-sistem yang berbasis teknologi. Begitu pertama menjabat, Bu Airin bersama dengan saya langsung berpikir masalah bagaimana mengatasi kesenjangan komunikasi. Akhirnya saat ini, banyaklah teknologi-teknologi komunikasi yang diciptakan oleh kami, oleh staf kita. Dengan kata lain, misalnya, ada sistem informasi suretno, ada siaran tangsel, sistem informasi pelaporan, jadi kalau masyarakat ingin melaporkan kemacetan, banjir atau tawuran masuk saja ke situs itu. Ada banyak aplikasi kita,

perizinan telah kita fasilitasi. Hampir di setiap organisasi perangkat daerah (OPD) kita, di tiap 8 OPD termasuk camat juga menggunakan inovasi-inovasi yang mereka ciptakan.

Tapi juga ada yang menggabungkan antara teknologi baru dengan tradisi-tradisi komunikasi yang lama. Misalnya, di Serpong Utara mereka mengembangkan yang namanya ‘Siantar’ (sistem informasi pengantar) jadi apabila KTP sudah selesai maka kita cukup menelepon dan KTP akan diantar oleh satpol PP atau tim dari kecamatan ke rumah-rumah. Selama ini, saya dan Bu Airin menggunakan medsos untuk berkomunikasi dengan warga, menyeimbangkan komunikasi langsung, verbal langsung dengan masyarakat. Komunikasi verbal langsung dalam pemahaman pemerintah melalui musyawarah perencanaan pembangunan, kita menangkap aspirasi mereka pembangunan yang akhirnya menjadi program. Tapi kita juga per tahun melakukan evaluasi, biasanya pada bulan Desember, kami bertemu dengan RT dengan RW atau Kecamatan, kami sampaikan pencapaian-pencapaian di tahun-tahun itu lalu kita akan berdialog di situ, komunikasi verbal itu masih kita lakukan.”

Strategi media sosial interaktif yang digunakan lebih pada penggunaan grup-grup WAG dengan *follower* segmental. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Davnie: “Kemudian juga pertemuan-pertemuan secara langsung dulu Ibu Wali Kota setiap hari Jumat mengundang masyarakat untuk menyalurkan keluhan dan aspirasinya. Tetapi di kesehariannya kita menggunakan medsos, banyak sistem informasi yang sudah kita ciptakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Terakhir kita sudah punya Siaran Tangsel, kita punya Si Sumaker. Saat masih ada media sosial, tidak semua media komunikasi diterjemahkan sebagai alat, masyarakat sekarang merupakan media. Contohnya adanya kader-kader kesehatan, berarti kan kader-kader itu menjadi media. Jadi, media sosial dalam praktiknya di masyarakat, satu sebagai teknologi, satu lagi sebagai tradisi kumpulan-kumpulan masyarakat yang bisa dijadikan wahana untuk saling berkomunikasi. Kesulitan yang kami rasakan belum semua berorientasi kepada teknologi baik pegawai atau masyarakat sehingga pertemuan-pertemuan rutin masih kerap dilakukan. Dalam pertemuan tersebut kita berdialog bersama dengan masyarakat, jadi belum sepenuhnya berorientasi kepada teknologi.”

Pada media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter, wakil wali kota yang akan mencalonkan diri untuk menjadi wali kota ini, hanya mengunggah kegiatan-kegiatan “prakampanye” sebagai petahana. Karena ada Bawasda Kota Tangerang Selatan yang akan memantau gerak-gerik kampanye politik maka Davnie hanya menggunakan kewenangan birokrasinya untuk menjalankan “kampanye” secara terselubung. Terkait hal ini, ia mengatakan: “Saya rata-rata menjalankan sendiri, seperti Whatsapp, Instagram, Telegram, Email. Itu semua saya jalankan sendiri, mungkin teman-teman yang lain akan saya beri tembusan dan durasinya cukup lama. Setiap ada waktu, saya akan buka melihat semua berita terbaru. Melalui itu juga saya mendapatkan masukan-masukan dari teman-teman.”

Cawalkot ini kurang mengandalkan media sosial karena sudah memiliki modal dan menguasai *field*. Sebagai petahana yang sudah dua periode menjadi wakil wali kota sudah menguasai birokrasi di Tangsel sehingga kekuatan internalnya menjadi modal dalam melangkah untuk kompetisi politik berikutnya. “..berkomunikasi dengan mereka baik langsung atau melalui media sosial saya menggunakan bahasa mereka. Apabila kebanyakan dari mereka masyarakat Betawi maka saya akan menggunakan bahasa Betawi dengan simbol-simbol Betawi, terutama gaya bahasa mereka. Kalau untuk masyarakat menengah saya netral saja karena mereka mengutamakan nilai intelektual, rasionalitas. Tetapi, apabila dengan kelompok kelompok menengah ke bawah maka saya mengikuti kebiasaan mereka, apabila menggunakan bahasa Sunda saya akan ikut menggunakan bahasa Sunda. Untuk kelompok pelajar, mereka biasanya suka dengan puisi maka saya akan membacakan puisi. Kalau hanya medsos saja, rasanya tidak cukup untuk berdialog dengan mereka. Karena yang kita tangkap buka hanya bahasanya saja tapi juga *feel*-nya.”

Dalam pernyataan lainnya: “Kalau melihat dari Ibu Airin keberhasilannya pada dua periode ini, berarti mereka butuh seberapa cepat aspirasi yang mereka sampaikan dapat diterima. Mereka butuh bukti konkret, masyarakat ini ingin melihat bukti langsung bukan sekadar janji retorika. Jadi melihat keberhasilan yang seperti itu strateginya harus bertemu langsung tidak bisa melalui perantara.”

Diskusi

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik tidak lepas dari strategi untuk melakukan dominasi untuk memperoleh dukungan politik baik dalam pilkada berupa dukungan electoral dan dalam masa pemerintahannya untuk memperoleh dukungan politik agar pelayanan pemerintahannya menjadi semakin efektif. Dengan menggunakan kerangka pemikiran Bourdieu, strategi komunikasi yang dijalankan oleh aktor politik tidak lepas dari strategi dominasi yang dijalankannya. Ada tiga konsep utama yang dikemukakan oleh Bourdieu yang dijalankan dalam penelitian kualitatif ini, yaitu habitus, ranah, dan modal.

Pada periode pertama pencalonan tahun 2005, strategi komunikasi media sosial yang dijalankan adalah dengan menggunakan potensi internal dalam menerjemahkan agen-agen kekuatan dari dalam diri yang dijadikan semacam kekuatan habitus yang dikombinasikan. Kekuatan Airin dengan latar belakang sebagai ratu kecantikan dan pencitraan penggiat LSM membutuhkan kekuatan lain yang berasal dari suatu wilayah yang baru dimekarkan dengan priode transisi pemerintahan. Karena itu, pilihan diberikan kepada Benyamin Davnie yang sudah menjabat sebagai kepala Bappeda sejak dalam pemerintahan transisi tahun 2005.

Gambar 5.1 Analisa Ranah, Modal dan Habitus Airin dan Davnie

	Airin	Davnie
Ranah		
2010	Tangsel baru dimekarkan Keluarga Hasan Sochib berkuasa	Kepala Bappeda sejak 2005
2015	Tangsel Kemajuan Pesat Atut dan Tb Wawan dipenjara	Birokrasi stabil dan efektif
2020	Selesai masa jabatan	Polarisasi birokrasi & Kondisi Politik Pragmatis
Modal Ekonomi		
2010	Keluarga Pengusaha kaya	PNS
2015	Walikota	Wakil Walikota
2020	Mantan Walikota	Calon Walikota
Sosial	Akumulasi dari LSM, Politisi, pengusaha, dan Birokrasi	Akumulasi dari birokrasi, pengusaha dan politisi
Budaya Simbolik	Banten nuansa Jawara Keluarga Atut dan Menang Pilkada	Banten nuansa Betawi Petahana Dukungan Walikota
Habitus	Mantan ratu kecantikan, Keluarga kaya	Birokrat

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, para aktor politik menggunakan strategi komunikasi yang berbeda-beda dalam kaitannya dengan penggunaan media sosial. Dalam kasus Tangerang Selatan pada awalnya kurang begitu intensif para aktor politik menggunakan media sosial sebagai sarana menjalankan komunikasi politik bagi pada konstituennya. Kemenangan yang diperoleh karena saat itu (Pilkada 2010) tingkat partisipasi pemilih rendah, yaitu hanya mencapai 42% (Survey LSI 2010).

Sedangkan pada Pilkada 2020, ranah untuk melakukan strategi komunikasi politik sudah berubah. Tangsel sudah makin terbuka dan kondisi politik menjadi makin pragmatis sehingga potensi penggunaan media sosial makin dibutuhkan sebagai sarana komunikasi politik sebagai pola komunikasi baru aktor politik menggunakan media sosial.

Dari penelitian terhadap jejak digital diperlihatkan strategi aktor politik yang bermain dalam akun-akun media sosial yang diciptakannya, merupakan strategi baru yang memberikan peluang peningkatan citra dan elektabilitas dalam Pemilukada. Dengan mempersiapkan dengan tim kreatif, aktor politik yang dimainkan akan semakin efektif menjalin komunikasi dengan konstituennya.

REFERENSI

- Bungin, **Burhan. 2011. Penelitian Kualitatif.** Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Hill, David T & Sen, Krishna. (2000). The Internet in Indonesia's new democracy. **Democratization**, 7:1, 119-136
- Johansson, Anders C. (2016). Sosial Media and Politics in Indonesia. Stockholm School of Economics Asia Working Paper No. 42
- Kriyantono, Rachmat. 2010. **Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran.** Jakarta: Kencana
- Filimonov, Kirill., Uta Russmann, Uta and Svensson, Jakob. (2016). **Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections.** Sosial Media + Society. Sage.

- Lim, M. (2003). From War-netto Net-War: The Internet and Resistance Identities in Indonesia. **International Information & Library Review**, 35(2-4), 233-248
- Haryatmoko. (2016). **Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan**. Jakarta: Rajawali Press.
- Priyono (2011) PAUD: Beroperasinya Modal Budaya dan Kesiapan Sekolah Anak di Banten. Disertasi Universitas Indonesia tidak diterbitkan
- Ritzer, George dan Michael Goodman (2010). **Teori Sosiologi: Klasik dan Modern**. Jakarta: Prenada
- Rusmulyadi, Rusmulyadi & Hafiar, Hanny. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial. **Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat**. 3. 120. 10.24198/prh.v3i1.167
- Santoso, Puji (2016). Konstruksi Sosial Media Massa. **Jurnal Al Balagh Vol 1**, No.1, hal 36 – 38
- Snelson, Chareen L. (2016). **Qualitative and Mixed Methods Social Media Research : A Review of the Literature**. **International Journal of Qualitative Method** 2016:1-5.
- Tapsel, Ross. (2017). **Kuasa Media di Indonesia Kaum Oligarki, Warga dan Revolusi Digital**. Tangerang Selatan: Marjin Kiri
- Van Dijk, Jose (2013). **The Culture of Connectivity: Critical History of Sosial Media**. Oxford University Press