Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui daring (dalam jaringan/online). Dengan melihat efektivitas media sosial dalam membangun komunikasi dan interaksi dengan masyarakat, hubungan masyarakat pemerintah harus mampu memanfaatkan media sosial untuk meraih perhatian dan dukungan khalayak luas serta tidak lagi semata-mata bertahan dengan cara-cara komunikasi yang konvensional.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, pemerintah menggunakan berbagai bentuk media komunikasi berbasis internet, seperti situs, portal berita, blog, dan media sosial. Bahkan, media sosial telah menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan, baik oleh perseorangan maupun organisasi/lembaga. Media sosial bersifat dua arah dan terbuka, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan aplikasi berbasis internet, yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi internet yang bersifat dua arah yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi antarpengguna.

Komunikasi melalui media sosial dapat dilakukan antarindividu, individu dan institusi, institusi dan individu, serta antarlembaga. Media sosial menghubungkan dan mempersatukan khalayak yang memiliki minat dan kepentingan yang sama, tanpa dibatasi faktor geografi, profesi, usia, dan sekat-sekat lainnya. Media sosial hadir sebagai alat komunikasi dua arah yang efektif dan intensif.

Kehadiran media sosial telah menambah sarana penyebaran informasi, opini publik, dinamika percakapan dan diskusi, bahkan telah mengubah perilaku dan gaya hidup masyarakat, khususnya di wilayah-wilayah yang telah terjangkau infrastruktur komunikasi dan informatika.

Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarluaskan program dan kebijakan pemerintah serta berinteraksi dan menyerap aspirasi masyarakat sehingga mencapai saling pengertian untuk kepentingan bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Pengguna media sosial pada akhirnya membangun sebuah komunitas sehingga terjalin komunikasi yang intensif. Proses komunikasi karena ketertarikan yang sama terhadap suatu hal akan cepat membangun opini publik yang berdampak pada citra dan reputasi pemerintah. Oleh karena itu, pada masa sekarang dan akan datang, pemerintah perlu memperhatikan peran media sosial serta terlibat secara aktif di dalamnya.

Pada saat ini hampir seluruh lembaga pemerintah telah menggunakan satu atau lebih media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi. Media sosial terbukti mampu melibatkan khalayak secara aktif dan menjaring masukan dari berbagai kalangan sehingga menciptakan kearifan orang banyak (wisdom of the crowd). Namun, apabila tidak dikelola dengan baik dan bijak, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi.

Banyak di antara akun-akun yang mengatasnamakan instansi pemerintah sebenarnya bukan akun resmi lembaga yang bersangkutan, melainkan akun individu pegawai atau pihak yang berafiliasi dengan lembaga tersebut. Apabila penggunaan media sosial yang mengatasnamakan instansi tidak disertai aturan dan pengendalian yang tegas dan mengikat serta pengelolaan yang profesional, dapat mengakibatkan ketidakjelasan pesan dan kebingungan khalayak sehingga berdampak negatif bagi instansi yang bersangkutan, pada khususnya, dan pemerintah pada umumnya. Sebaliknya, apabila penggunaan media sosial diawali dengan pengertian dan pemahaman yang lengkap, pengaturan yang tepat, serta pengelolaan yang baik akan diperoleh manfaat dari penggunaan media sosial di instansi pemerintah.

Untuk menunjang hal-hal tersebut di atas, perlu disusun Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah sebagai acuan dalam menjalankan mekanisme pengelolaan media sosial serta menjadi acuan bagi pembuatan petunjuk pelaksanaan/petunjuk teknis pengelolaan media sosial di instansi pemerintah.

Pemanfaatan media sosial ini sejalan dengan ketentuan dalam reformasi birokrasi, antara lain pemanfaatan teknologi informasi (e-Government), strategi komunikasi, manajemen perubahan (change management), manajemen pengetahuan (knowledge management), dan penataan tata laksana (business process).

Dalam membangun hubungan yang baik antara instansi pemerintah, khususnya yang melaksanakan tugas kehumasan pemerintah dan masyarakat, perlu diwujudkan sinergi dan harmonisasi yang saling membutuhkan dan menguntungkan serta berkelanjutan. Data, informasi, dan fakta yang disampaikan harus benar-benar bermanfaat bagi masyarakat.

Media sosial harus dapat mengakomodasikan kepentingan masing-masing instansi pemerintah dan masyarakat. Instansi pemerintah, dalam hal ini unit kerja humas pemerintah, harus dapat menyediakan dan menyampaikan informasi secara akurat, efisien, efektif, dan terjangkau sehingga komunikasi instansi pemerintah dengan pemangku kepentingan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Mengambil salah satu contoh Program Pemerintah dalam memanfaatkan Media Sosial Twitter yaitu Wali Kota Bandung Ridwan Kamil. Fenomena yang menarik dalam dunia perpolitikan Indonesia. Kemenangan Ridwan kamil dan pasangannya Oded M. Danial yang didukung relawan dan dampak media sosial salah satunya twitter menjadikan mereka sebagai walikota bandung periode 2013-2018 akhrinya terwujud. Kemenangan Ridwan Kamil dalam pemilihan walikota tidak lepas dari adanya peran sosial media yang berkontribusi besar terhadap kemenangan tersebut. Keterbukaan media dan penyebaran informasi yang tidak terbatas menjadi salah satu point yang harus diperhatikan,

 Dalam sebuah berita di [***www.bbc.co.uk***](http://www.bbc.co.uk) (27 juli 2014), Ridwan Kamil pernah mengatakan bahwa teknologi bukan lagi masalah bagi indonesia, hal ini dibutikan dengan sangat banyaknya warga negeri ini yang terhubung dengan media sosial.” Contohnya, Di bandung yang penduduknya 2,6 juta, yang punya Facebook, 2,3 juta. Pembantu saya bahkan (akun) facebook-nya dua” kata Ridwan Kamil.

Sedangkan Emil memberikan penyampaian betapa efektifnya penyampaian pesan juga menggunakan Twitter. Menurut dia, akun Twitter miliknya, @ridwankamil, yang memiliki lebih dari 1 juta followers, mampu meneruskan pesan hingga lebih ke 65 juta pengguna. "Bandung ini kota paling aktif Twitter-nya, nomor enam sedunia, jadi dengan aktivitas koneksi Twitter Komunikasi lebih mudah," kata dia.

Keefektifan media sosial dalam penyebaran informasi yang cepat telah menjadikan membentuk opini publik, yang membuat informasi pesan yang disampaikan sangat baik. Sekarang konsekuensinya dunia politik tidak bisa dipisahkan dengan media sosial. Dengan kemampuannya untuk menjangkau populasi yang besar pula, informasi dari media sosial dapat menembus populasi yang besar pula. Sementara itu penelitian dalam komunikasi, psikologis, dan sosiologi menyatakan bahwa, cara pandang manusia akan sangat ditentukan oleh jenis volume informasi yang mereka terima. Implisit dari peneelitian-penelitian ini adalah bahwa kita dapat membentuk opini publik melalui informasi yang kita berikan.

Langkah nyata yang diambil Ridwan kamil untuk memimpin dengan media sosial adalah mewajibkan seluruh departemen atau unit kerja di Kota Bandung untuk memiliki akun media sosial terutama Twitter. Media sosial ini digunakan sebagai bentuk transparansi dan pelaporan kegiatan sekaligus untuk memonitoring kinerja para pegawainya. Selain itu, media sosial twitter juga digunakan untuk berkomunikasi langsung dengan warga. Maka dari itu tak heran juga Ridwan Kamil sering sekali mendapatkan keluh kesah dari followers nya baik itu tentang bandung atau celoteh semata untuk menghibur followersnya dan disebut sebagai Buzzer.

Buzzer disini diartikan khusus untuk tokoh masyarakat (Ridwan Kamil) Buzzer yang biasa disebut sebagai Twitter *Influencer atau Rain maker* ini. Menurut **Jeff Staple*,***dari ***Staple Design, New York, Amerika Serikat*** mengatakan, Buzzer atau *Influencer* adalah “seseorang yang didengarkan opininya, dipercayai, dan membuat orang lain bereaksi setelahnya.

Maka dari itu kang Emil memberikan pengaruh yang sangat positif dalam penyebaran informasi yang cepat dalam sosial media Twitter yang menyebabkan pergerakan sosial dikalangan masyarakat Bandung. Dimana pada perkembangannya membuat media konvensional ikut mengadopsi media sosial ini dengan membuka akun dari media konvensional untuk dapat tetap menjangkau audience-nya. Serta munculnya gerakan – gerakan sosial yang bertujuan untuk menciptakan perubahan yang baik melalui jalur twitter.

Salah satu Gaya kepemimpinan Ridwan Kamil yaitu dengan menggunakan keefektifan dengan media sosial, sehingga dia bisa kapanpun berkomunikasi dengan warga (Followers), baik itu pemberian informasi yang terkait dengan kota bandung dalam pergerakan sosial maupun curhatan atau permasalahan warga bandung.

Dan pada masa kepemimpinannya tepatnya pada 20-25 november 2014, Ridwan Kamil, akun twitternya @ridwankamil yang merupakan seorang arsitektur muda, mengambil salah satu contoh ridwan kamil dalam memotivasi Folowersnya agar ikut serta dalam gerakan sosial yang di lakukan nya melalui Twitter yaitu melakukan pergerakan #SejutaBiopori). Suatu gerakan untuk mencari solusi menangani banjir. Ridwan Kamil membuat pergerakkan sosial ini menjadi popular di dalam ranah twitter. Hal ini juga membuat sadar warga kota akan pentingnya membuat lubang Biopori dalam kurangi banjir dikota Bandung, apalagi dengan maraknya hujan yang sering turun. Dan gerakan #SejutaBiopori ini menjadi suatu pergerakan sosial di masyarakat yang menimbulkan efek positif. Yang diangkat dari layanan Media Sosial Twitter

Seperti apakah prosesnya dan Peneliti pun tertarik untuk mengungkap proses akun @ridwankamil dalam memotivasi pengikutnya (Followers) dalam Gerakan #SejutaBiopori dalam pentingnya membuat lubang Biopori dalam kurangi banjir di Bandung.

**GAMBAR 1.1 Akun Twitter Ridwan Kamil**





**Sumber : Media Twitter Pada Tanggal 18 Februari 2015**

Dari Latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengambil judul **“ Motivasi Followers Twitter untuk Melaksanakan Program Pemerintah Kota Bandung Melalui Gerakan Sejuta Biopori.**

* 1. **Fokus Penelitian**

Terkait dengan permasalahan ini, Penelitian menggunakan analisis Fenomenologi untuk mengungkap bagaimana proses dari Motivasi Followers Twitter untuk melaksanakan program Pemerintah Kota Bandung Melalui Gerakan Sejuta Biopori.

1. Apa Makna Arti Biopori ?
2. Bagaimana Munculnya Suatu Gerakan Sejuta Biopori?
3. Memanfaatkan Media Sosial Twitter Dalam Gerakan Sejuta Bipori?

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu tujuan yang terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui Makna Arti Biopori.
2. Mengetahui Bagaimana Munculnya Suatu Gerakan Sejuta Biopori.
3. Mengetahui Memanfaatkan Media Sosial Twitter Dalam Gerakan Sejuta Bipori.
4. **1.3.1 Kegunaan Penelitian**
5. **Secara Teoritis.**

Memberikan sumbangan pemikiran terhadap Ilmu Komunikasi dalam memahami proses komunikasi dalam keefektifan pemanfaat media sosial yaitu Twitter dalam gerakan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti komunikasi mengenai pengembangan Teori Difusi Inovasi di dalam ranah media baru atau jejaring sosial Twitter.

1. **Secara Praktis.**
2. **Bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai Fenomena Ridwan Kamil dalam mempengaruhi Followers Twitter untuk melakukan gerakan sosial Biopori Bandung.

1. **Bagi Unpas**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa unpas khususnya program studi ilmu Komunikasi sebagai literature bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan pada kajian yang sama.

1. **Bagi Masyarakat**

Menjadi acuan bagi masyarakat, dapat mengetahui proses komunikasi yang efektif melalui media sosial Twitter dalam penyebaran pesannya yang terhitung cepat sehingga menimbulkan efek positif pergerakan sosial. Selain itu, agar penelitian ini dapat menjadi buku pedoman untuk menambah wawasan mengenai bentuk – bentuk ataupun pencarian strategi komunikasi yang dapat berlangsung dalam menggunakan media online.

**1.4 Kerangka Pemikiran**

Teori adalah suatu pernyataan mengenai apa yang terjadi terhadap sesuatu fenomena yang ingin kita pahami. Teori yang berguna adalah teori yang memberikan pencerahan, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap Fenomena yang ada di hadapan kita. Akan tetapi perlu dijelaskan sebagai suatu arahan atau pedoman penulis untuk dapat mengungkap fenomena agar lebih terfokus.

Sekumpulan teori ini dikembangkan sejalan dengan penelitian itu berlangsung. Hal ini tersebut didasarkan pada suatu tradisi bahwa fokus atau masalah penelitian diharapkan berkembang sesuai kenyataan di lapangan. Penelitian kualitatif mementingkan perspektif emik, dan bergerak dari fakta, informasi atau peristiwa menuju ke tingkat abstraksi yang lebih tinggi (apakah itu konsep ataukah teori) serta bukan sebaliknya dari teori atau konsep kedata atau informasi.

Pradigma dan teori yang memberikan arahan untuk menjelaskan Ridwan kamil dalam memotivasi Followers dalam pergerakan sosial Biopori Bandung adalah teori Informasi Organisasi **Karl E. Weick.**

**1.4.1 Kerangka Konseptual (Karl E. Weick)**

Teori *organizing* *Weick* juga signifikan dalam bidang komunikasi sebab menurutnya komunikasi adalah dasar human organizing dan memberikan pemahaman rasional bagaimana mengorganisir orang. Organisasi tidak membuat struktur dari posisi dan peran, namun aktivitas komunikasi. Interaksi yang dibentuk organisasi konsis pada tindakan, atau statement atau perilaku dari individu. Aktivitas organisasi mengisi fungsi mengurangi ketidakpastian informasi. Menurut *Weick*, semua informasi dari lingkungan sekitar bersifat ambigu pada beberapa tingkatan. Proses menghilangkan kesamaran adalah proses yang berkembang dengan tiga bagian, yaitu penetapan (enactment), pemilihan (selection), dan penyimpanan (retention).

Organisasi itu sendiri merupakan suatu proses komunikasi yang berkelanjutan. Ketika manusia melakukan interaksi sehari-hari, kegiatan yang mereka lakukan menciptakan organisasi. Semua perilaku dihubungkan karena perilaku seseorang bergantung pada perilaku orang lain.

Interaksi yang membentuk sebuah organisasi terdiri atas sebuah tindakan, pernyataan, atau perilaku seorang individu, yang penting adalah bagaimana orang lain merespons tindakan tersebut. Weick yakin bahwa semua kegiatan berorganisasi adalah interaksi ganda.

**1.4.2 Teori Weick Mengenai Pengorganisasian**

Teori yang dikemukakan oleh *Karl weick* sangat berpengaruh dan memotivasi untuk keluar dari paktik konseptual dan konvensional ***. Kreps*** ( 1986 ) menerangkan model ini berdasarkan teori “ *evolusioner sosiokultural*” teori informasi dan teori system. Walaupun model ini mewakili suatu teori system namun perlakuan model tersebut urut urutan amat berbeda karena proses-proses insane lebih diutamakan.

**A.Konsep Organisai**

Di dalam konsep ini *weick* mengatakan bahwa organisasi adalah sebuah urut- urutan peristiwa yang terjalin secara bersama-sama dan berlangsung dalam kawasan yang nyata. penekanan dalam konsep ini terletak pada aktivitas dan proses. “ bagaimana organisasi tersebut bertindak dan tampil ditentukan oleh struktur yang ditetapkan oleh pola prilaku regular yang saling bertautan”. Perilaku yang seseorang yang bertautan dalam hal ini merupakan kunci dari berfungsinya sebuah organisasi tersebut.

**B. Ciri – ciri Penting Pengorganisasian**

Dalam teori terdahulu, struktur dipandang sebagai hierarki, kebijakan dan rancangan organisaasi. Sedangkan Weick memandang struktur sebagai aktivitas dan lebih spesifik lagi, sebagai aktifitas komunikasi. Dalam teori ini prilaku dibedakan dengan struktur dan struktur ditandai oleh prilaku pengorganisasian. Komunikasi tidak mencerminkan prosese-proses penting , komunikasilah yang merupakan proses penting. Weick juga menyatakan sebuah system bersifat manusiawi, manusia tidak hanya menjalankan orgainsasi manusia merupakan organisasi tersebut. Teori ini juga menyebutkan tidak adanya pemisah yang tajam antara organisasi dengan lingkungan. Para anggota oraganisasi tidak hanya bereaksi dan berkreasi tetapi mereka membuat lingkungan mereka melalui interasksi dan penciptaan makna.

**Weick juga mendefinisikan pengorganisasian meliputi** :

1. Mufakat ( Conseptual validation ) adalah realitas organisasi muncul sebagai pengalaman yang dijalani bersama dan disahkan oleh orang lain.
2. Gramatika yang berarti sejumlah aturan , konvensi dan praktik organisasi. Konvensi inimembantu orang Untuk melaksanakan tugas yang menjadi dasar akan makana yang ada.
3. Ketidak jelasan berarti ketidak jelasan atau samar – samar yang dihadapi para anggota organisasi. Organisasi membantu mengurangi ketidak pastian informasi yang diperoleh para anggota organisasi.

**C. Proses Pengorganisasian**

Ada tiga tahap dalam teori ini antara lain :

1. Tahap pemeranan ( enactmen ) berarti bahwa para anggota organisasasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan dan merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa
2. Tahap seleksi, dalam tahap ini aturan – aturan dan siklus komunikasi digunakan Untuk mengurangi pengurangan yang sesuai dengan ketidak jelasan.
3. Tahap retensi memungkinkan organisasi menyimpan organisasi menyimpan informasi mengenai organiasai tersebut memberi respon atas berbagai situasi.

**D. Sifat organisasi atau manusia**

Dalam system yang dipahami oleh *Weick*, benda-benda berada pada keadaan yang berubah secara terus – menerus ( evolusi ). Weick melangkah lebih jauh dari pada umumnya teoretisi system dengan menyatakan bahwa organisasi tidak hanya berinteraksi dengan lingkungan mereka, tetapi organisasi ini menciptakan lingkungan tersebut. Selanjutnya, konsep ini menyatakan bahwa karakter sistemik suatu organisasi merupakan suatu karakter yang diurutkan secara cermat dan memungkinkan setiap unit terikat erat dengan sesamanya. Sistem semacam ini disebut terangkai erat-erat ( tightly coupled ). Rangakaian – rangkaian ini merujuk kepada proses-proses yang mempengaruhi prilakubersama komponen – komponen organisasi.

Weick ( 1976 ) mengemukakan gagasan system rangkaian longgar ( loosely coupled system ). Suatu peristiwa yang terjadi dalam suatu sistem dapat mempengaruhi komponen – komponen lainnya dalam system tersebut tetapi tidak secara langsung.

**1.5. Twitter**

Jika dapat di katakan web apa yang sangat populer saat ini, Twitter merupakan salah satu jawaban yang akan keluar. Sejak dibentuk pada tahun 2006 oleh *Jack Dorsey*, Twitter telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna.

Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, *Jack Dorsey* memperkenalkan ide twitter dimana individu bisa menggunakan SMS layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007.

Popularitas Twitter mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat festival South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung, penggunaan Twitter meningkat dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000. Reaksi di festival itu sangat positif. Pada tanggal 14 September 2010, Twitter mengganti logo dan meluncurkan desain baru.

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (tweets). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luas, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna juga dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut (followers). Semua pengguna dapat mengirim dan menerima kicauan yang berupa informasi, lelucon, gambar maupun video melalui situs Twitter, aplikasi eksternal yang kompatibel (telepon seluler), atau dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia di negara-negara tertentu.

**1.5.1 Twitter di Indonesia**

Twitter yang merupakan situs micro-blogging ini telah diluncurkan oleh *Jack Dorsey* pada tahun 2009, namun twitter baru booming di indonesia pada tahun 2009. Jika melihat fakta tersebut, maka terlihat seperti indonesia lambat dalam mengadopsi twitter.

Namun pada perkembangannya, Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Walaupun Indonesia merupakan negara ketiga terbesar pengguna twitter. Tetapi penggunanya sangat aktif. Dari data yang dirilis situs *A World of Tweets.Com* menempatkan Indonesia sebagai negara ketiga terbanyak di dunia dalam menulis tweet (kicauan).

Kicauan terebut dapat berupa bentuk percakapan dengan lingkungan sosial, penyebaran infomasi atau berita, lelucon, promosi dan lain – lain yang dilakukan oleh pengguna twitter, seperti akun personal (Masyarakat), akun artis **(@Sherinamunaf, @Radityadika, @Pandji), akun tokoh masyarakat/praktisi/ pemerintah (@tiffatulsembiring, @AlissaWahid, @Aniesbaswedan, @ridwankamil).**

Munculnya pergerakkan sosial ini merupakan suatu bentuk fenomena twitter di Indonesia. Munculnya fenomena ini sudah berlangsung dari awal mulai twitter booming hingga sekarang. Banyak sekali gerakan – gerakan sosial yang muncul dan berkembang di ranah twitter.

**1.5.2 Buzzer**

Kehidupan digital (jejaring sosial) di dunia semakin mengalami perkembangan yang pesat. Hampir setiap orang telah memiliki akun jejaring sosial masing – masing, seperti Twitter, Facebook, dan lain – lain. Jejaring sosial sudah menjadi lingkungan sosial maya bagi masyarakat dunia, yang saling terhubung dan terikat. Ketergantungan manusia akan hal ini sudah semakin penting dan tidak dapat terlepaskan. Adanya hal itu membuat jejaring sosial atau media sosial kemudian mulai dimasuki oleh para brand atau merek dan berbagai pergerakkan sosial dengan tujuannya masing – masing. Maka dari itu, brand atau merek dan pergerakkan sosial di dalam menjalankan misinya membutuhkan suatu pemimpin opini (opinion leader) di dalam dunia digital (jejaring sosial). Dalam hal ini biasan disebut dengan Buzzer.

Buzzer merupakan suatu istilah untuk menyebut suatu *influencer* di ranah digital. Maka buzzer adalah orang yang mampu mempengaruhi pengikutnya ( pembaca blog-nya, teman facebook-nya, pengikut twitter-nya), sehingga memberikan efek buzz di media sosial (jejaring sosial). Mempengaruhi dalam aspek informasi, trend dll sehingga di ikuti oleh yang lainnya.

Menurut **Jeff Staple**, dari *Staple Design, New York, Amerika Serikat* mengatakan, Buzzer atau Influencer adalah“seseorang yang didengarkan opininya, dipercayai, dan membuat orang lain bereaksi setelahnya.”.

Buzzer bisa berupa Selebritis, Tokoh Masyarakat, Aktivis Twitter yang biasa disebut Netizen. Dan bisa juga berupa akun anonim yang muncul dan memiliki pengaruh besar di twitter. Dengan indikator – indikator tertentu, seperti jumlah pengikut (followers), segmentasi pengikutnya, jumlah skor klout, kedekatan personality buzzer dengan brand atau pergerakkan sosial.

Maka penelitian Kualitatif selalu mengandalkan adanya suatu kegiatan proses berfikir induktif untuk memahami suatu realitas, peneliti yang terlibat langsung dalam situasi dan latar belakang fenomena yang diteliti serta memuaskan perhatian pada suatu peristiwa kehidupan sesuai dengan konteks penelitian.

Menurut **Miles** dan **Huberman**, dalam buku **anlisis data kualitatif**, mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif ini sangat bergantung pada pengamatan mendalam terhadap perilaku manusia dan lingkungannya (1993:15).

Pendekatan Kualitatif dipandang lebih relevan dan cocok karena bertujuan menggali dan memahami apa yang tersembunyi dibalik keefektifan Ridwan Kamil melalui media sosial Twitter dalam memotivasi *Followers* untuk mempengaruhi dalam melakukan pergerakan sosial.

**Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

MOTIVASI *FOLLOWERS* TWITTER UNTUK MELAKSANAKAN PROGRAM PEMERINTAH KOTA BANDUNG MELALUI GERAKAN SEJUTA BIOPORI

Teori Informasi Organisasi

*(Karl E. Weick)*

Followers Twitter

 Mengetahui Makna Arti Biopori.

Bagaimana Munculnya Suatu Gerakan Sejuta Biopori.

Memanfaatkan Media Sosial Twitter Dalam Gerakan Sejuta Bipori.

**Sumber : Teori informasi Organisasi Karl E. Weick**