

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 *Review* Penelitian Sejenis

*Review* penelitian sejenis atau penelitian terdahulu digunakan sebagai sumber referensi bagi peneliti terhadap penelitian yang sedang dilakukan saat ini ataupun sebagai sarana untuk memahami keselarasan fenomena yang terjadi. *Review* penelitian sejenis yang digunakan ini dinilai mempunyai relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber referensi. Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian, dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
***Review* Penelitian Sejenis**

<b>No</b>	<b>Sumber</b>	Neza Aninda Mirza, 2014. e-journal, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
<b>1</b>	<b>Judul</b>	Peran Facebook Dalam Komunikasi Politik Bagi Pemilih Pemula
	<b>Metode</b>	Deskriptif Kualitatif

	<p><b>Hasil</b></p>	<p>Berdasarkan hasil penemuan dan analisis data terhadap peran Facebook dalam komunikasi politik Partai Nasional Demokrat pada pemilih pemula tentang calon Presiden yang diusung dalam pemilihan umum Presiden 2014. Hasil penelitian dan analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa peran Facebook bagi pemilih pemula adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagai sarana mencari informasi tentang Partai NasDem.</li> <li>2. Sebagai bahan observasi dan referensi tentang pandangan politik.</li> <li>3. Sebagai bahan referensi mengenai informasi yang didapatkan dari media lain tentang calon Presiden yang diusung.</li> <li>4. Sebagai penghubung informasi mengenai Partai NasDem melalui link yang dibagikan melalui Facebook Partai NasDem yang dapat diakses oleh pemilih pemula terkait informasi tentang Partai NasDem.</li> <li>5. Sebagai sarana menyuarakan aspirasi, kritik, saran, tanggapan tentang informasi yang terkait tentang Partai NasDem.</li> </ol>
	<p><b>Persamaan</b></p>	<p>Persamaan terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif dan fokus penelitian mengenai media sosial sebagai media pengetahuan atau literasi politik.</p>
	<p><b>Perbedaan</b></p>	<p>Perbedaan terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan media sosial Facebook sebagai objeknya, sementara penelitian ini menggunakan Twitter sebagai objek</p>

		penelitiannya. Penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada peran dari media sosial, sementara penelitian kini lebih memfokuskan pada bagaimana penggunaan dari media sosial tersebut.
2	<b>Sumber</b>	Dessy Anapesy N S, 2013. Repository USU, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara
	<b>Judul</b>	Media Sosial Twitter Sebagai Pembentuk Pemikiran Politik Mahasiswa
	<b>Metode</b>	Studi Analisis Wacana
	<b>Hasil</b>	Adanya peran dari media sosial twitter dalam pembentukan pemikiran mahasiswa. Hal ini terlihat dari postingan mereka menanggapi debat yang dilakukan di televisi dan sanggahan yang mereka berikan kepada postingan tweet mahasiswa lainnya ataupun persetujuan mereka terhadap pernyataan postingan dari mahasiswa lainnya. Penyampaian pendapat mereka dalam media sosial twitter telah membutuhkan adanya partisipasi politik mereka seta tindakanya walaupun tidak secara langsung dilakuan oleh mahasiswa tersebut. Media sosial twitter yang sekarang telah menjadi salah satu media informasi utama mahasiswa dibuktikan dengan banyaknya postingan mereka mengenai perkembangan yang terjadi

		<p>disekitar mereka termasuk pengetahuan mereka tentang politik. Dengan mereka saling mengomentari tweet yang disampaikan di twitter telah membuktikan mereka mendapat pengetahuan baru lagi tentang dunia politik. Mereka turut ikut serta dalam dunia politik walaupun tanpa mereka sadari. Posisi media sosial twitter dalam hal ini adalah media dimana mereka membagikan pengetahuan politik, pendapat mereka tentang perkembangan politik dan juga mendapatkan informasi baru tentang dunia politik tersebut.</p>
	<b>Persamaan</b>	<p>Persamaan terletak pada fokus dan objek penelitian mengenai media sosial Twitter dan dalam rumpun yang sama yaitu pengetahuan terhadap politik.</p>
	<b>Perbedaan</b>	<p>Perbedaan terletak pada metode yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode Analisis Wacana, sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus. Selain itu, dalam penelitian terdahulu memfokuskan Twitter sebagai media pembentuk pemikiran politik, sementara dalam penelitian ini ditambah dengan bagaimana penggunaan dari Twitter tersebut.</p>

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2019.

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Komunikasi

Pengertian komunikasi secara umum merupakan proses atau kegiatan pertukaran pesan informasi yang yang tersistematis. Komunikasi dilakukan oleh

dua orang atau lebih serta pasti mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Faktanya, para ahli komunikasi memiliki teori dan pendapat masing-masing mengenai pengertian komunikasi serta mencakup semua ciri-ciri, karakteristik, dan unsur komunikasi itu sendiri. Pengertian komunikasi Hovland yang dikutip Effendy dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa:

Komunikasi merupakan suatu proses atau kegiatan yang mempunyai tujuan untuk merubah perilaku seseorang. Jadi, dalam berkomunikasi tidak hanya sekedar untuk bertukar gagasan, pesan dan informasi. Upaya dari sebuah proses komunikasi adalah untuk dapat mempersuasif seseorang atau lebih dan juga agar komunikan dapat melakukan sesuatu dan bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator. Seorang komunikator dapat merubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain, hal ini akan terjadi apabila isi pesan dari proses komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif. Penyampaian pesan dalam proses komunikasi harus benar-benar efektif serta dapat dipahami oleh komunikan agar isi pesan tersampaikan secara utuh dan jelas. (Effendy, 2009, h.10)

Pengertian komunikasi juga datang dari Everett M. Rogers yang dipaparkan oleh Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi yang mengatakan bahwa komunikasi adalah Proses kegiatan dimana pesan atau ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud dan tujuan agar dapat merubah tingkah laku mereka (Cangara, 1998, h.19).

Pengertian dari komunikasi yang telah dijelaskan oleh para pakar komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses kegiatan penyampaian atau penyebaran pesan yang di dalamnya mengandung informasi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Berbicara pada definisi komunikasi, sebenarnya tidak ada definisi yang benar atau salah seperti pengertian, model, atau teori. Kesimpulan dari pengertian di atas adalah bahwa proses kegiatan komunikasi tidak hanya digunakan untuk bertukar pesan dan informasi, tetapi komunikasi juga digunakan untuk mempersuasi individu lain agar memberikan respon atau efek tertentu terhadap sesuatu yang diinginkan oleh komunikatornya.

#### **2.2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang penting dan kerap kali digunakan seseorang untuk berbicara kepada lawan bicaranya. Untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif, maka sebuah proses komunikasi harus mengandung unsur-unsur komunikasi. Menurut Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi* menerangkan bahwa dari berbagai pengertian komunikasi ada juga sejumlah komponen atau unsur yang dicakup. Komponen atau unsur-unsur tersebut, yakni:

1. Komunikator: Orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan: Pernyataan yang didukung oleh lambang.
3. Komunikan: Orang yang menerima pesan.

4. Media: Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila berkomunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
5. Efek: Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2008, h.6)

Unsur-unsur komunikasi di atas merupakan faktor-faktor paling penting dalam sebuah proses komunikasi, setiap unsur tersebut telah dikaji oleh para Ahli Ilmu Komunikasi dan juga dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah serta dipelajari secara khusus. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses interaksi antara dua orang atau lebih yang melibatkan proses pengiriman pesan serta penerimaan pesan yang berisi sebuah pesan dari komunikator kepada komunikan. Dengan adanya unsur-unsur diatas maka proses komunikasi yang dilakukan oleh manusia bisa dikatakan berhasil dan efektif dan tentunya sesuai dengan apa tujuan dari proses komunikasi yang dilakukan itu sendiri.

#### **2.2.1.2 Fungsi Komunikasi**

Fungsi dari komunikasi tentunya banyak yang dapat dirasakan oleh manusia baik secara individu maupun dalam organisasi. Berikut ini adalah fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, yakni:

1. Menginformasikan (*to inform*), yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat

mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*), fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*), Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*), Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2003, h.55)

Fungsi komunikasi dari pengertian diatas dapat disimpulkan sebagai kegiatan untuk menyampaikan informasi yang didalamnya mengandung pesan yang mendidik, menghibur, dan juga untuk mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak. Semuanya tergantung dari apa tujuan komunikator dalam menyampaikan informasi kepada komunikan.

Fungsi komunikasi juga dijelaskan oleh beberapa ahli salah satunya adalah yang dikemukakan oleh Laswell yang dikutip oleh Nuruddin didalam bukunya Sistem Komunikasi Indonesia yakni:

1. Penjajagan/pengawasan (*surveillance of the environment*)
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan (*correlation the part of society is responding to the environment*)
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*). (Nurudin, 2004, h.89)

Komunikasi adalah proses dimana adanya pertukaran pesan antara dua orang atau lebih. Dari kegiatan tersebut terjadilah sebuah proses pertukaran persepsi, ide, gagasan, dan pertukaran informasi. Dari fungsi komunikasi diatas, dapat diartikan bahwa proses komunikasi dalam penjajagan atau pengawasan perlu dilakukan agar manusia bisa saling bersosialisasi dengan nyaman tanpa adanya *miss communication* sehingga membentuk suatu hubungan atau ikatan yang terjaga antar sesama manusia.

Manusia berinteraksi dengan manusia lainnya dalam cakupan masyarakat dimana mereka tinggal, disini komunikasi digunakan dan berfungsi sebagai alat untuk menghubungkan setiap individu agar bisa saling bertukar informasi, salah satunya mengenai lingkungan tempat mereka tinggal. Adapun fungsi komunikasi sebagai aktivitas yang melancarkan warisan sosial dari setiap generasi untuk dapat saling menyampaikan informasi misalnya berupa sejarah atau budaya untuk bisa diwariskan dan dilestarikan pada generasi berikutnya sehingga warisan sosial tersebut akan terus berlangsung dari generasi ke generasi.

### 2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu memiliki upaya dan tujuan tertentu dalam kegiatan komunikasi. Secara umum tujuan komunikator dalam proses komunikasi mengharapkan adanya timbal balik atau *feedback* yang diberikan oleh komunikannya serta adanya efek dan tindakan yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Tujuan komunikasi sebagaimana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi meliputi:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*) Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikasi melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikasi dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*) Mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikasi terjadi adanya perubahan opini/pandangan/mengenai sesuatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*) Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikasi agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.
4. Mengubah masyarakat (*to change society*) Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup

masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (Effendy, 2003, h.55)

Tujuan dari kegiatan komunikasi itu mengharapkan bahwa akan adanya sikap tertentu yang terjadi setelah kegiatan komunikasi itu dilakukan. Adanya perubahan sikap, perubahan pendapat/opini, perubahan perilaku menandakan bahwa proses komunikasi tersebut sudah berhasil. Tujuan lain dari komunikasi adalah agar suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan serta menghasilkan sebuah umpan balik (*feedback*) yang sesuai dengan kemauan komunikator sebagai penyampai pesan.

### **2.2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan salah satu jenis dari macam-macam komunikasi, komunikasi massa adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator menggunakan media-media tertentu untuk menyebarluaskan pesan tersebut kepada khalayak secara bersamaan atau serentak. Menurut Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi menyatakan:

Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (Rakhmat, 2004, h.189)

Ada beberapa karakteristik yang membuat proses komunikasi dapat disebut sebagai komunikasi massa. Karakteristiknya meliputi komunikator media sumber informasi yang terlembagakan, pesan yang di sampaikan bersifat umum, komunikan atau penerima pesan bersifat anonim dan heterogen, menggunakan media massa serta menyebarkan pesan secara luas dan serentak. Komunikasi massa bersifat satu arah, stimulasi atau penggunaan alat indera terbatas, dan *feedback* yang tertunda. Sama dengan jenis-jenis komunikasi yang lain, dalam komunikasi massa tak jarang ditemukan hambatan-hambatan yang membuat proses komunikasi menjadi tidak efektif. Hambatan-hambatan ini terbagi kedalam tiga klasifikasi, yaitu:

1. Hambatan psikologis merupakan pengaruh dari psikis manusia, hambatan psikologis diantaranya adalah kepentingan (interest), prasangka (prejudice), stereotip, dan motivasi.
2. Hambatan sosiokultural jelas merupakan hambatan yang paling mengemuka yang didasari karena perbedaan sosial dan kultur. Hambatan sosiokultural diantaranya aneka etnik, perbedaan norma sosial, kurang mampu berbahasa Indonesia, faktor semantik, pendidikan yang belum merata, serta hambatan mekanis. Terakhir adalah hambatan interaksi verbal, dalam komunikasi massa hambatan ini sering terjadi pada pihak komunikan.

Hambatan interaksi verbal diantaranya, polarisasi (Melihat dunia dengan bentuk lawan kata), Orientasi intensional (Kecendrungan untuk melihat dari dari luarnya saja atau secara fisik-tidak mementingkan isi pesan), evaluasi statis (Mempunyai persepsi tetap terhadap stimulus), dan indiskriminasi

(Menyamarkan atau tidak melihat perbedaan-perbedaan yang ada). Terkait objek penelitian ini adalah media sosial yang sudah jelas menggunakan suatu jaringan internet, sebenarnya masih menjadi bahan perdebatan bahwa internet merupakan bagian dari media massa. Komunikasi masa tentunya mempunyai karakter untuk membedakannya dari cara berkomunikasi lain. Dalam (Ardianto, Komala, Karlinah, 2007, h.77) mengungkapkan bahwa karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan. Karakteristik yang pertama adalah si pemberi pesan (komunikator), komunikasi massa harus dilakukan oleh lembaga/ organisasi yang cukup kompleks.
2. Pesan bersifat umum. Pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Ini disebabkan karena komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan untuk masyarakat luas.
3. Komunikannya anonym dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator (pemberi pesan) tidak mengenal komunikannya (penerima pesan). Karena proses komunikasi tidak secara langsung tatap muka, melainkan menggunakan media massa. Yang dilakukan komunikator adalah mengelompokkan komunikan yang anonim tersebut; usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang ekonomi, budaya, agama, dll.
4. Media massa menimbulkan keserempakan. Komunikasi massa dengan daya penyebaran pesannya yang cukup luas dan bahkan tidak terbatas memiliki kelebihan, yaitu mampu memberikan informasi yang seragam dalam waktu bersamaan kepada komunikannya.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan. Prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan hubungan. Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak harus mengenal dulu komunikannya seperti pada komunikasi antarpersona. Yang paling penting adalah bagaimana pesan tersebut disusun secara sistematis dan mudah dipahami.
6. Komunikasi massa bersifat satu arah. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan aktif juga menerima pesan. Namun, keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana komunikasi antarpersonal. Berarti komunikasi massa bersifat satu arah.
7. Stimulasi alat indra terbatas. Berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang dapat mengoptimalkan seluruh alat indra, komunikasi massa terbilang cukup terbatas. Penggunaan alat indra tergantung pada jenis media massa.
8. Umpan balik tertunda dan tidak langsung. Umpan Balik (*Feedback*) adalah faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Namun, komunikasi massa memiliki umpan balik yang tertunda (*delayed*). Hal tersebut dikarenakan prosesnya yang tidak secara langsung bertatap muka antara komunikator dan komunikan. *Feedback* dari komunikan dapat dilakukan menggunakan pesawat telepon, email, sms, dll (itu dikatakan tertunda atau tidak langsung).

Berbagai karakteristik dari komunikasi massa diatas dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan melalui jaringan komunikasi massa diperuntukan untuk khalayak atau masyarakat luas. Informasi melalui komunikasi massa akan

disampaikan melalui media massa seperti media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan media elektronik seperti televisi dan radio.

### **2.2.3 Komunikasi Politik**

Komunikasi politik adalah seluruh kegiatan pertukaran, dan pencarian informasi (termasuk fakta, opini, keyakinan) yang dilakukan oleh para aktor-aktor politik dan mengandung pesan politik dalam kerangka kegiatan-kegiatan politik yang terlembaga. Pernyataan komunikasi politik Nimmo dalam buku Komunikasi Politik adalah sebagai berikut:

Komunikasi merupakan proses interaksi sosial yang digunakan untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol. Sedangkan politik adalah proses, dan seperti komunikasi, politik melibatkan pembicaraan. Ini bukan pembicaraan dalam arti sempit seperti kata yang diucapkan, melainkan pembicaraan dalam arti yang lebih inklusif, yang berarti segala cara orang bertukar simbol kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai, dan pakaian. Oleh karena itu banyak aspek kehidupan politik yang dapat dilukiskan melalui komunikasi, dan disebut dengan komunikasi politik. (Nimmo, 2005, h.6-8)

Komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang mengandung pesan politik dan melibatkan aktor-aktor politik didalamnya. Komunikasi politik adalah fungsi penting dalam sistem politik. Pada proses politik, komunikasi politik menempati posisi yang strategis. Bahkan, komunikasi politik dinyatakan sebagai urat nadi proses politik. Aneka struktur politik seperti parlemen, kepresidenan, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, kelompok kepentingan, dan warga negara biasa memperoleh informasi politik melalui komunikasi politik ini.

Komunikasi politik banyak menggunakan konsep-konsep dari ilmu komunikasi dalam pengaplikasiannya. Ilmu komunikasi berkembang terlebih dahulu ketimbang komunikasi politik. Konsep-konsep seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan *feedback* juga digunakan dalam komunikasi politik. Perbedaan utama adalah, komunikasi politik mengkhususkan diri dalam hal penyampaian informasi politik dan ada keterlibatan aktor-aktor politik didalamnya.

#### **2.2.4 Media Sosial**

Media sosial atau jejaring sosial merupakan media online yang dimanfaatkan sebagai sarana berkomunikasi dan mencari informasi secara online melalui jaringan internet. (Kaplan & Haenlein, 2010) telah mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, *microblogging*, wiki, *podcast*, foto atau gambar, video, peringkat dan *bookmark* sosial.

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. “Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual” (Rulli Nasrullah, 2015, h.11).

Dengan menggunakan media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Instagram, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang berupa obrolan *chat* untuk berinteraksi dengan orang lain, bekerjasama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial (Nasrullah, 2015, h.15) yaitu:

#### 1. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang

terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti Facebook, twitter dan lain-lain.

## 2. Informasi (*information*)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermula pada institusi masyarakat berjejaring.

## 3. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di *Facebook* informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

## 4. Interaktif (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Dengan kehadiran dan banyaknya yang menggunakan media sosial, kini masyarakat dimudahkan dalam membangun hubungan dengan orang

lainnya melalui media sosial, atau juga sebagai sarana informasi bagi masyarakat.

### **2.2.5 Twitter**

Twitter adalah salah satu media sosial yang sering digunakan. Twitter merupakan salah satu media sosial yang mudah dioperasikan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat untuk mengaksesnya tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas. Kata Twitter berasal dari kata *Tweet* yang diartikan secara bebas sebagai kicauan burung. Burung berkicau tidak pernah panjang. Kicauan burung itu singkat namun kontinyu. Dengan konsep itulah Twitter dibuat. Orang yang mengirim statusnya ke publik disebut *Tweeting*. Pesan yang dikirim disebut *Tweet* yang berada pada *timeline* (Pudyastomo, 2009, h.11).

Twitter didirikan oleh Evan Williams, Jack Dorsey, Christopher “Biz” Stone, dan Noah Glass, di tahun 2006. Kedua pendirinya mundur dari bisnis tersebut setelah iTunes Store milik Apple muncul dengan layanan serupa. Glass dan Williams lalu berdiskusi dengan rekan mereka, Jack Dorsey, yang saat itu tengah mengembangkan sebuah layanan *messaging* yang unik. Singkat cerita, akhirnya mereka bertiga bersama Biz Stone membangun sebuah startup baru bernama Obvious Corp. Di bawah Obvious Corp, mereka mengembangkan beberapa aplikasi, termasuk aplikasi messaging dengan kode nama “Twitter”. Mereka menambahkan dua huruf vokal ke dalam kode nama aplikasi itu, menjadi Twitter, dan merilisnya pada tahun 2006 (Tekno.kompas.com, 2013, para.2).

Twitter hampir digunakan disemua bidang kehidupan. TV, Selebriti, Perusahaan, Pengusaha, kebanyakan politisi hampir semua mempunyai akun Twitter dan menggunakannya untuk menghubungkan dirinya dengan khalayak atau audiens, sehingga mereka bisa menjalin komunikasi dengan khalayak dan khalayak bisa mendapatkan berbagai informasi yang diberikan.

### **2.2.6 Literasi Politik**

Bernard Crick (2006) dalam (Bakti, 2012, h.117) menyatakan bahwa literasi politik adalah pemahaman praktis tentang konsep konsep yang diambil dari kehidupan sehari hari dan bahasa. Merupakan upaya memahami seputar isu politik, keyakinan para kontestan, bagaimana kecenderungan mereka mempengaruhi diri sendiri dan orang lain. Singkatnya literasi politik adalah senyawa dari pengetahuan, keterampilan dan sikap mengenai politik itu sendiri serta membuat diri menjadi lebih efektif dan partisipatif. Dalam laporan *Workshop on Political Literacy* (2002) menjelaskan agar literasi politik menjadi kenyataan, maka harus didefinisikan dan dibuat sebagai keahlian berbagi sehingga aktifitas ini sarat dengan konten dan disampaikan melalui transmisi model. Literasi politik berpotensi memberikan kewarganegaraan dengan dasar pengetahuan, ketelitian, dan basis intelektual. (Bakti, 2012, h.118).

Dapat disimpulkan literasi politik merupakan proses pemahaman konteks sosial dan politik dalam mewujudkan warga Negara yang terdidik (*educated citizen*). Literasi politik tidak hanya mengenai pengetahuan politik, tetapi juga merupakan usaha yang mengedapankan edukasi mengenai politik dalam

menciptakan warga negara yang mempunyai kesadaran kritis serta mendorong masyarakat berpartisipasi secara aktif dan selalu menyadari akan informasi terbaru mengenai politik dalam berbagai dinamika politik secara sangat baik serta efektif.

Literasi politik juga dapat menumbuhkan rasa optimis masyarakat terhadap sistem politik yang sedang berjalan. Literasi politik harus disadari sebagai konsep yang bersifat evolutif dan membutuhkan waktu untuk menalarnya. Masyarakat miskin tentu saja memerlukan pendampingan bagi penguatan kapasitas intelektual mereka dalam politik berikut juga dengan edukasi etika politik (republika.co.id, 2017, para.7).

### **2.2.7 Generasi Milenial**

Generasi milenial (*Millenials*) merupakan terminologi dari sebuah generasi yang kini sedang marak diperbincangkan oleh banyak orang dari segala kalangan di seluruh dunia, termasuk oleh pakar-pakar intelektual dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan. Generasi milenial akrab disebut sebagai Generasi Y atau juga Generasi *Echo Boomers*. Secara harfiah, tidak ada demografi khusus untuk menentukan kelompok generasi milenial. Adapun pengertian dari generasi milenial itu sendiri yaitu:

*Millennial* memiliki istilah *cohort* dalam demografi, itu merupakan sebuah kata benda yang artinya sebuah kelompok. Saat ini ada empat kelompok yang ada dalam demografi antara lain: *Baby Boomer* (lahir pada tahun 1946- 1964), Gen-X (lahir

pada tahun 1965-1980), *Millennial* (lahir pada tahun 1981-2000), dan Gen-Z (lahir pada tahun 2001-sekarang). Pada sebuah literatur, Menurut Absher dan Amidjaya, Generasi Millennial adalah kelompok generasi yang tahun kelahirannya berkisar antara tahun 1982 sampai tahun 2002, selisihnya tidak terlalu berbeda signifikan. (Ali & Lilik Purwandi, 2017, h.3-4)

Generasi milenial berisi orang-orang yang cukup akrab dan mahir dalam mengoperasikan teknologi internet, mereka adalah generasi pertama yang mengaplikasikan internet dalam mengarungi kehidupan sehari-harinya. Generasi milenial telah menjelma menjadi salah satu kelompok generasi paling aktif dalam penggunaan internet di seluruh dunia. Generasi milenial lahir dan tumbuh dalam iklim yang kental dengan teknologi komunikasi dan serbuan informasi yang cepat serta cenderung sering mengalami perubahan perilaku.

Generasi milenial tumbuh bersamaan dengan kemajuan aneka teknologi yang komplet dan canggih, seperti: komputer/laptop, HandPhone, iPads, PDA, MP3 player, BBM, internet, dan aneka perangkat elektronik lainnya. Generasi milenial akrab dengan berbagai *gadget* yang canggih itu, yang secara langsung atau pun tidak langsung akan berpengaruh terhadap perkembangan perilaku dan kepribadiannya. Untuk mengetahui siapakah generasi milenial diperlukan kajian literatur dari berbagai sumber yang merupakan pendapat beberapa peneliti berdasarkan rentang tahun kelahiran.

## 2.3 Kerangka Teoritis

### 2.3.1 *New Media Theory* (Teori Media Baru)

Media baru (*New Media*) merupakan istilah yang hadir untuk mencakup kemunculan *digital*, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi yang menggunakan internet pada abad ke-20. Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content* adalah konten atau isi artikel dalam *internet* yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media *internet* tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua *internet user* (Solomon, 2011, h.24).

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang menjelaskan bahwa media baru (*new media*) merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era *digital*. Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu:

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial menjelaskan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau

bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki (Solomon, 2011, h.52).

Penelitian ini menggunakan *New Media Theory* yang diperkenalkan oleh Pierre Levy karena peneliti ingin mengetahui perkembangan dari media konvensional ke media *digital* seperti media sosial Twitter sehingga dapat digunakan sebagai media untuk literasi politik generasi milenial yang menggantikan media konvensional seperti televisi dan koran. *New Media Theory* digunakan dalam penelitian ini karena menjelaskan bahwa Twitter merupakan salah satu dari media baru yang saat ini menjadi salah satu media informasi dan komunikasi masyarakat dan juga digunakan sebagai media literasi politik oleh generasi milenial dalam memilih calon presiden 2019.

### **2.3.2 *Media Literacy Theory* (Teori Literasi Media)**

Literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan atau isi pesan dari informasi yang dikeluarkan oleh media. Kemampuan untuk melakukan literasi media ditujukan agar khalayak sebagai konsumen media menjadi sadar (*melek*) tentang bagaimana media dikonstruksi (dibuat) dan diakses. Literasi media bertujuan untuk membantu khalayak sebagai konsumen media agar memiliki pengetahuan dan pemahaman

yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media untuk kehidupannya.

Literasi media telah dikemukakan oleh banyak pihak, namun secara garis besar menyebutkan bahwa literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan skill untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan konten media. Kesadaran kritis menjadi kata kunci bagi gerakan literasi media. Literasi media sendiri bertujuan untuk, terutama, memberikan kesadaran kritis terhadap khalayak sehingga lebih berdaya di hadapan media. Literasi media yang dikemukakan oleh Livingstone dalam (Tamburaka, 2013, h.19) menjelaskan bahwa ada beberapa komponen dari literasi media yaitu Akses, Analisis, Evaluasi, Pembuatan Isi Pesan.

1. *Acces* (Akses) Akses merupakan proses sosial yang dinamis, bukan semata berbicara ketersediaan. Persoalannya kemudian adalah perbedaan yang cukup tajam pada kondisi sosio-demografis pada materi, sumber daya sosial dan simbolik, yang menyebabkan akses menjadi satu tolak ukur tingkat literasi.
2. *Analys* (Analisis) Keterlibatan masyarakat dengan media, baik cetak maupun audiovisual telah menghasilkan berbagai pendapat. Pendapat sangat bergantung pada pemahaman masyarakat terhadap lembaga, kategori, teknologi, bahasa, representasi dan khalayak media tertentu.

3. *Evaluation* (Evaluasi) mengedepankan nilai nilai demokratis. Kemampuan evaluasi terhadap media dimaksudkan pada hal hal kritis terhadap estetika, politik, ideologi, dan ekonomi. Hal evaluasi ini bukan pada tindakan men justifikasi media atau pun konten media.
4. *Content Creation* (Pembuatan isi Pesan) kemampuan membuat pesan bagian dari respon terhadap isi media adalah bagian dari komponen tingkat media literasi. Walaupun tidak sebagai persyaratan mutlak seperti membuat, memproduksi teks-teks simbolik.

Keempat komponen diatas mendukung berbagai komponen yang lainnya. Dimana literasi media diungkapkan dengan belajar untuk menciptakan keterampilan untuk mengakses media dan menganalisis konten, kemudian dari analisis tersebut dapat mencoba mengevaluasi untuk memahami konten dan mengembangkan kemampuan.

## **2.4 Kerangka Pemikiran**

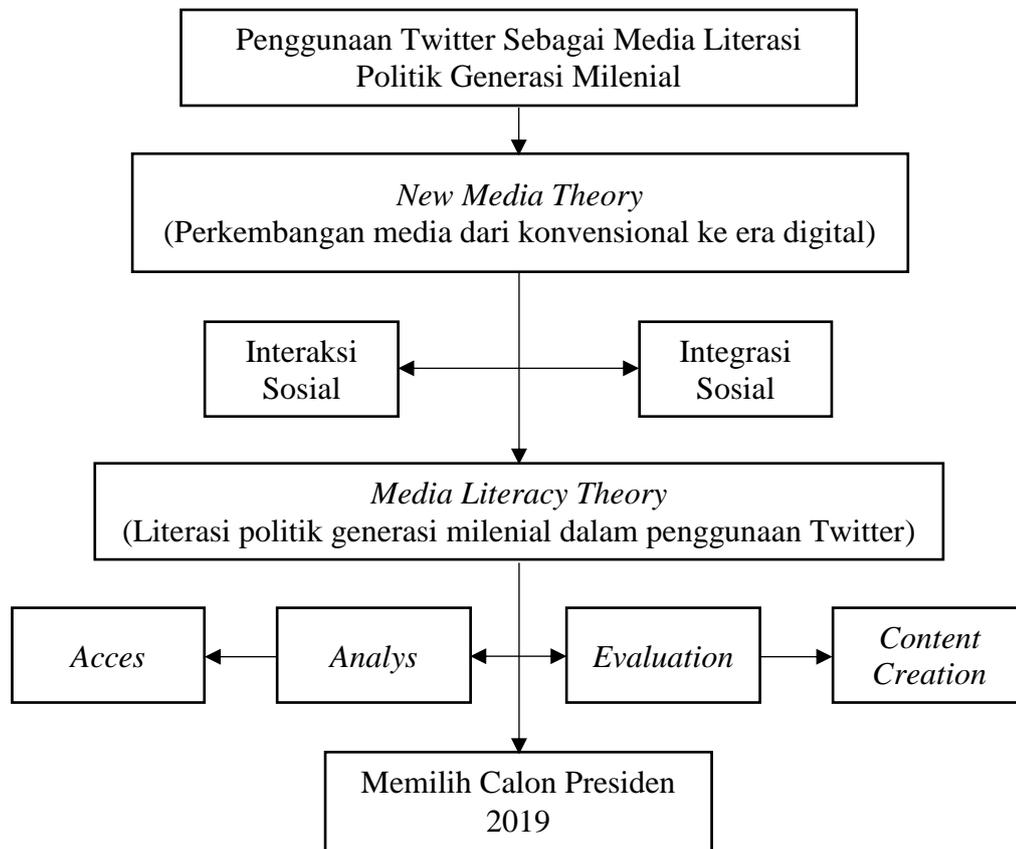
Media sosial tidak hanya digunakan sebagai *platform* komunikasi dan sosialisasi, tetapi juga digunakan untuk kepentingan politik, pemerintahan, dan lain sebagainya. Sebagaimana yang terjadi pada kasus pemilu presiden pada tahun 2019 yang sebagian besar kampanye sangat masif dilakukan melalui internet dan media sosial. Konstruksi realitas sosial terhadap suatu informasi atau peristiwa tertentu sangat mudah dilakukan dengan media sosial.

Generasi milenial yang tumbuh bersamaan dengan berkembangnya teknologi tentu saja sangat akrab dengan internet dan media sosial. Bagi generasi milenial akses terhadap internet dan media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan primer. Generasi milenial saat ini identik dengan penggunaan media sosial dalam kesehariannya. Media sosial dapat digunakan menjadi salah satu alternatif yang digunakan oleh generasi milenial untuk dijadikan sarana informasi dan komunikasi menggantikan media konvensional seperti televisi dan koran.

Generasi milenial seringkali dianggap skeptis dan apatis terhadap perpolitikan di Negara Indonesia karena banyaknya berita hoaks (berita bohong) dan ujaran kebencian yang mewarnai hiruk pikuk pilpres pada tahun 2019 ini. Literasi politik dibutuhkan oleh generasi milenial dalam menghadapi pemilu dan pilpres 2019. Media sosial yang digunakan oleh generasi milenial salah satunya adalah Twitter. Kehadiran media sosial Twitter bukan hanya sekedar sarana berkomunikasi saja tetapi juga berfungsi sebagai salah satu media untuk kegiatan komunikasi politik oleh para aktor-aktor politik, dan salah satu sarana praktek literasi politik bagi generasi milenial. Dengan terpenuhinya pengetahuan politik, generasi milenial dapat menghilangkan sikap skeptis dan apatis serta menumbuhkan rasa optimis dalam menghadapi pilpres 2019.

Hal ini yang menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan Twitter oleh generasi milenial sebagai media literasi politik khususnya dalam pemilihan presiden tahun 2019. Berikut adalah gambar bagan kerangka pemikiran dari penelitian:

**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



Sumber: Modifikasi Peneliti dan Pembimbing, 2019.