

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beriringan dengan perkembangan zaman atas lahirnya teknologi modern, beberapa sendi dalam aspek kehidupan, kini berjalan mengikuti arah kemajuan teknologi, termasuk proses komunikasi. Sejalan pertumbuhan internet, proses komunikasi berjalan pindah pada sistem komunikasi secara elektronik, di mana proses tersebut ditandai dengan komunikasi yang bisa dilakukan setiap individu tanpa mengenal tempat dan jarak, serta perubahan komunikasi antarpribadi yang meningkat langsung melalui wahana jaringan internet.

Internet (*interconnection-networking*) pertama kali dicoba tahun 1969, mampu menghasilkan media yang lebih dikenal dengan *website*. *Website* atau *site* (situs) mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar yang bisa diakses melalui alamat yang dikenal dengan *Uniform Resource Locator* (URL) yang berawalan *www* atau *http*¹.

Internet mampu mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental, media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi “satu-untuk-banyak”, sedangkan internet memberikan model tambahan, “banyak-untuk-satu”, yang berpotensi menjadikan komunikasi akan

¹ Wikipedia ____ *Sejarah Internet* (online)(http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet/diakses pada tanggal 6 September 2014)

berjalan lebih demokratis dibandingkan dengan media massa sebelumnya (Warner J Severin, dkk. 2009 : 445).

Kelebihan yang dimiliki internet dibandingkan dengan media massa sebelumnya, memungkinkan individu dibelahan dunia bisa berkomunikasi tanpa harus bertemu satu sama lain. Berbagai fitur internet pun dihadirkan, seperti awal kemunculan e-mail hingga lahirnya fitur-fitur jejaring sosial (*social network*), seperti *yahoo messenger*, *tagged*, *friendster*, *facebook*, *twitter*, dan lain sebagainya. Hingga sekarang, beberapa fitur yang sempat menanjak itu makin diminati setiap orang untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi. Apalagi saat ini, alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) telah menyediakan fasilitas internet, yang memungkinkan setiap orang berkomunikasi lewat jejaring sosial setiap saat².

Alexa.com salah satu situs penilai peringkat *website* yang sering dibuka pengguna internet, menempatkan posisi *facebook* dan *twitter* masuk dalam 20 besar situs paling sering dikunjungi. Hasil tersebut tentunya mengindikasikan, jejaring sosial kini menjadi salah satu “konsumsi” bagi kalangan urban di belahan dunia, termasuk Indonesia.

Fakta tersebut didukung dengan data yang menyebutkan jumlah pengguna media sosial usia 65 tahun atau lebih, tumbuh 100 persen sepanjang 2010, bahwasanya satu dari empat orang dalam kelompok umur tersebut kini menjadi bagian dari situs jejaring sosial (Asm Romli, 2012 : 106).

² Asm Romli. 2014. *Media Sosial : Pengertian, Karakteristik, dan jenis* (online)(<http://rometeamedia.com/2014/04/media-sosial-pengertian-karakteristik.html>./diakses pada 08 mei 2014)

Salah satu media sosial yang tumbuh secara cepat adalah jejaring sosial *twitter*. *Twitter* digunakan sebagai ajang berbagi informasi singkat oleh penggunanya dengan memberitahukan apa yang sedang terjadi pada saat itu. Di Indonesia, situs jejaring sosial *twitter* mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak. (Annisa Rahmania, dkk. 2010 : 18).

Sebagai jejaring sosial yang lahir dari perkembangan media sosial, *twitter* pun ikut dimanfaatkan kebanyakan kalangan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*. (Asm.Romli, 2012 : 106-107). Alhasil, *twitter* pun mengalami pertumbuhan yang pesat dengan cepatnya meraih popularitas di seluruh dunia.

Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna, di mana 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Pada awal 2013 pengguna *twitter* mengirimkan lebih dari 340 juta kicau per hari dan *twitter* menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari.³

Fenomena di mana kini banyak individu yang memilih untuk aktif dalam media sosial, menurut ahli Antropologi Universitas Indonesia Iwan Hidayana, karena pada saat ini banyak masyarakat yang memilih mengekspresikan diri lewat media sosial akibat ketiadaan ruang publik sehingga membuat orang katarsis memanfaatkan kecanggihan media sosial. (Kompas.com, 26 Desember 2011).

³ Wikipedia. *Twitter* (Online)([http://id.wikipedia.org/wiki/Media sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)/diakses pada 6 September 2014)

Laiknya media sosial lain, *twitter* juga mampu menghimpun tanggapan atas informasi yang di *update* secara langsung dan cepat. (Merry Magdalena, 2010 : 29). Kecepatan *twitter* dalam menyampaikan pesan dan mendapat respon, tampaknya diminati para pejabat publik. Seperti Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. April 2013, Presiden SBY resmi mengaktifkan akun *twitter*nya @SBYudhoyono yang diikuti lebih dari dua juta *followers* hanya dalam kurun waktu dua minggu semenjak diaktifkan. Bukan hanya Presiden SBY, tidak sedikit pejabat tingkat daerah pun mengikuti jejak SBY, bahkan banyak beberapa di antaranya yang telah lebih dulu secara konsisten menggunakan *twitter* sebelum menjabat dan selama menjabat, salah satunya Ridwan Kamil.

Berbicara komunikasi, dalam proses berkomunikasi yang menjadi hasil akhir adalah *feedback*, efek, atau dampak, yang terjadi pada komunikan, apakah komunikasi yang terjalin tersebut efektif atau tidak. Schram mendefinisikan komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil menghasilkan kebersamaan, kesepahaman antar sumber (komunikator) dengan penerimanya (komunikan) (Jalaludin, 2008). Menurut Onong Uchjana, efektivitas komunikasi adalah komunikasi yang dilancarkan sedemikian rupa sehingga menimbulkan efek kognitif, afektif dan konatif pada komunikan sesuai dengan tujuan komunikator.(Effendy, 1989:113)⁴.

⁴ Muhammad Irfan. 2014. *Journal Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter* (Online) ([http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=onong%20uchjana%20efektivitas%20komunikasi%20kognitif%2C%20afektif%2C%20dan%20konatif%20&source/diakses pada 6 September 2014](http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=onong%20uchjana%20efektivitas%20komunikasi%20kognitif%2C%20afektif%2C%20dan%20konatif%20&source/diakses%20pada%206%20September%202014))

Feedback tersebut bisa didapat apabila pesan yang disampaikan komunikator mampu mengubah perilaku komunikan, Pesan merupakan unsur penting dalam proses komunikasi, karena pesan adalah penentu tertarik atau tidaknya komunikan merespon dari hasil komunikasi tersebut. Adapun definisi pesan itu menurut Onong Effendy, merupakan suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain (Effendy, 1989:224)⁵.

Dalam pesan yang disampaikan komunikator tersebut, yang menjadi point pentingnya adalah, apakah pesan tersebut mampu mengubah perilaku komunikan sesuai dengan yang diharapkan komunikator. Oleh karenanya, Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan, *pertama* informatif, yakni pesan yang memberikan keterangan berupa fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, *kedua* persuasif, pesan yang mampu memberikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang disampaikan akan memberi perubahan sikap yang dikehendaki diri sendiri tanpa dipaksakan, dan *ketiga* adalah koreasi, di mana pesan ini bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi, yang berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian target.⁶

Maka dari itu, komunikasi melalui media sosial yang dimanfaatkan Ridwan Kamil selaku Wali Kota Bandung menarik untuk diteliti, yang didasarkan

⁶ *Op Cit*

atas hasil analisis pesan twitter Ridwan Kamil dengan mengacu pada bentuk-bentuk pesan komunikasi yang dikemukakan oleh A.W. Widjaja dan M.Arisky. Melalui pengukuran bentuk pesan tersebut, maka nanti didapat hasil apakah pesan yang disampaikan Ridwan Kamil melalui *twitter* mengandung makna yang mampu mengubah perilaku komunikan (*follower*) dinilai dari bentuk pesannya. Pemilihan Ridwan Kamil sendiri karena dia merupakan salah seorang pejabat publik yang aktif menggunakan media sosial *twitter*, yang memanfaatkannya sebagai media komunikasi dua arah dengan masyarakat Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang tersebut, penelitian ini mengarah pada bagaimana pemanfaatan media sosial *twitter* oleh Wali Kota Bandung Periode 2013-2018 dalam menyampaikan dan mengkomunikasikan pesan yang berisi informasi berkaitan dengan kebijakan dan program Wali Kota kepada masyarakat Kota Bandung (*Follower*) ditinjau dari sifat isi pesan yang muncul dan dikomunikasikan atau disampaikan Ridwan Kamil lewat akunnya @ridwankamil. Penelitian ini hanya dibatasi pada pesan yang di *update* lewat *twitter* Ridwan yang berisi mengenai informasi, kebijakan dan program, serta apresiasi yang disampaikan Ridwan lewat akun *twitter*nya selama 32 hari, dari tanggal 09 Desember 2013-09 Januari 2014.

Dikaitkan dengan masalah utama yang telah disinggung sebelumnya, maka proses komunikasi yang dilakukan Ridwan Kamil selaku komunikator tentu berujung pada sebuah dampak atau efek yang didapat komunikan (*follower*) dalam menanggapi pesan Ridwan Kamil tersebut dengan mengacu pada tiga bentuk pesan yang dikemukakan A.W. Widjaja dan M.Arisky Wahab. Untuk itu, peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis pesan informatif *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial sebagai media komunikasi?
2. Bagaimana analisis pesan persuasif *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial sebagai media komunikasi ?
3. Bagaimana analisis pesan koreasi *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial sebagai media komunikasi ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasar identifikasi masalah yang telah dirumuskan, dan menghasilkan pertanyaan penelitian yaitu dalam hal bentuk isi pesan yang disampaikan Ridwan Kamil mampu menghasilkan efek komunikasi meliputi pesan informatif, persuasi, dan koerasi, dengan memanfaatkan jejaring sosial *twitter* sebagai media komunikasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui analisis pesan informatif *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial *twitter* sebagai media komunikasi.
2. Mengetahui analisis pesan persuasif *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial *twitter* sebagai media komunikasi.
3. Mengetahui analisis pesan koreasi *twitter* Ridwan Kamil dalam memanfaatkan jejaring sosial *twitter* sebagai media komunikasi.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademik

Penelitian ini dimaksudkan menjadi salah satu referensi dalam pengembangan ilmu komunikasi yaitu kajian keilmuan komunikasi melalui media elektronik (internet) lewat komunikasi interpersonal melalui dunia maya yang bisa memberikan sumbangasih agar terciptanya komunikasi yang bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Wali Kota Bandung untuk menjadikan media sosial *twitter* sebagai salah satu media komunikasi yang mampu menjadi penghubung atau penyampai pesan yang efektif dalam mensosialisasikan segala kebijakan atau pun program Wali Kota Bandung agar bisa diikuti dan dilaksanakan oleh masyarakat Kota Bandung guna demi perbaikan kemajuan Kota Bandung yang lebih baik lagi.

D. Kerangka Teoritis

Perubahan terbesar di bidang komunikasi 40 tahun terakhir (sejak munculnya TV) adalah penemuan internet. Internet adalah jaringan komputer dunia yang mengembangkan ARPANET, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an. (Warner J Severin, dkk. 2011 : 443).

Menurutnya fitur internet tertentu memungkinkan setiap individu untuk melakukan interaksi dengan cara-cara baru dan menarik seperti adanya *chat room* dan ruang obrol yang memungkinkan kita berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal. (Warner J Severin, 2011 : 447). Hal tersebutlah menjadi salah satu faktor yang mendorong lahirnya media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, wiki, dan jejaring sosial utamanya *facebook* dan *twitter* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Asm Romli. 2012 : 104).

Sosial media mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan online seperti blog, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, *website*, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial. (Dominikus Juju, Feri Sulianta, 2010 : 1)

Ditambah lagi dengan adanya elemen jejaring sosial yang memang ditujukan untuk terus terkoneksi, berkomunikasi bahasa saling berbagi, didalamnya terjalin denyut aktivitas yang kaya dan dimotori oleh kepentingan komunikasi. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi, bukanlah hal yang tabu lagi,

khususnya pemanfaatan situs jejaring sosial atau *social networking* telah menjadi tren atau gaya hidup bagi sebagian masyarakat di Indonesia. Jejaring sosial pada saat ini telah menguasai kehidupan pada pengguna internet. (Asdani Kindarto, 2010 : 1).

Manfaat sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti guna, faedah, laba, untung. Sedangkan kata pemanfaatan berarti adanya proses cara memanfaatkan. Apabila disimpulkan, pemanfaatan media sosial merupakan cara memanfaatkan kelebihan yang dimiliki media sosial oleh pengguna internet sebagai perantara/media (*channel*) proses komunikasi.

Sebagai jejaring sosial yang lahir dari perkembangan media sosial, *twitter* pun ikut dimanfaatkan kebanyakan kalangan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*. (Asm.Romli, 2012 : 106-107). Alhasil, *twitter* pun mengalami pertumbuhan yang pesat dengan cepatnya meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna, di mana 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Pada awal 2013 pengguna *twitter* mengirimkan lebih dari 340 juta kicau per hari dan *twitter* menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari. (*wikipedia*).

Berperan sebagai layanan jejaring sosial dan mikroblog daring, *twitter* memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca teks yang hanya tersedia 140 karakter. Sedangkan untuk perbedaan *twitter* dan *facebook*, terdapat pada cara menyapa kedua jejaring sosial tersebut di awal pengguna membuka situs tersebut.

Facebook “apa yang anda pikirkan” sedangkan *twitter* “apa yang terjadi” kedua hal itulah yang menjadi perbedaan paling kentara.

Berangkat dari hal tersebut, maka tidaklah heran apabila pejabat publik seperti Ridwan Kamil memanfaatkan media sosial *twitter* untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan kebijakan dan program-program yang di usungnya dalam rangka mengajak semua masyarakat agar mengikuti program Wali Kota secara berkesinambungan.

Pejabat publik sendiri, seperti disebutkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pegawai pemerintah yang memegang jabatan penting (unsur pemerintah), sedangkan publik mempunyai arti orang banyak. Jadi dapat disimpulkan, pejabat publik adalah pegawai pemerintah yang mengurus kepentingan orang banyak sesuai dengan peraturan undang-undang yang ada. Maka, Ridwan Kamil merupakan salah seorang yang termasuk ke dalam kategori pejabat publik.

Langkah yang diambil Ridwan Kamil menyampaikan kebijakan dan program-programnya melalui media sosial *twitter*, ditandai dengan adanya perubahan bentuk komunikasi dengan adanya media sosial yang merupakan berkah atas kemajuan teknologi. Perubahan tersebut terjadi di mana, komunikasi yang mulanya dilakukan secara langsung (*face to face*), bisa dilakukan lewat media dengan menghasilkan *feedback* yang sama.

E. Kerangka Pemikiran

Perubahan bentuk komunikasi yang telah dijabarkan tersebut sesuai dengan teori determinisme teknologi, dengan berdasar pada asumsi teorinya yaitu perubahan cara berkomunikasi akan membentuk cara berpikir, berperilaku, dan bergerak ke abad teknologi selanjutnya didalam kehidupan manusia.

Sebagai intinya, teori ini berarti penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi merupakan faktor yang mengubah kebudayaan manusia. Menurut pendirinya McLuhan, eksistensi manusia ditentukan oleh perubahan mode komunikasi yang melalui beberapa tahapan, yaitu tahap pertama dalam teknologi komunikasi, kedua perubahan dalam jenis-jenis komunikasi, dan ketiga peralatan untuk berkomunikasi. Dalam perkembangan teknologi sendiri serta perubahan komunikasi tersebut, McLuhan mengklasifikasikannya dalam empat periode, kesukuan, tulisan, cetak, dan elektronik.

Rasionalisasi teori determinisme teknologi dengan penelitian ini ada pada bagian di mana Ridwan Kamil melakukan proses komunikasi dengan memanfaatkan teknologi baru, yang termasuk ke dalam tahapan periode ke empat yaitu periode elektronik. Tahapan mode komunikasi yang disebutkan McLuhan pun berkaitan dengan komunikasi Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan menggunakan peralatan baru, yaitu jejaring sosial *twitter*. Selanjutnya, apabila kita berbicara mengenai fungsi media, media sosial *twitter* ini mengacu pada model komunikasi Laswell, di mana Laswell dalam hal ini mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu :

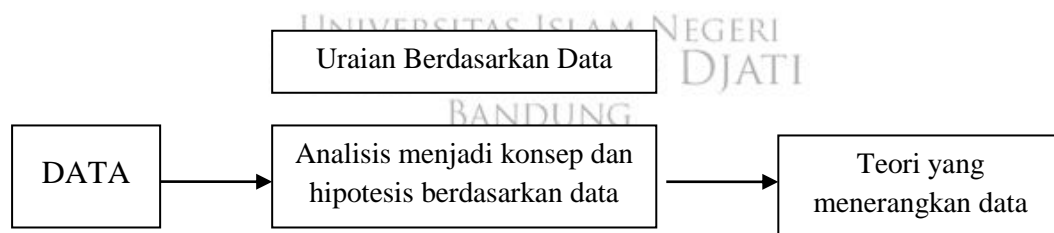
Pertama, pengawasan lingkungan yang mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan (*surveillance*); kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan (*correlation*); dan ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya (*transmission*). (Deddy Mulyana, 2007 : 147).

Fungsi media massa yang ketiga, merupakan fungsi komunikasi yang bisa dianggap relevan dengan penelitian, karena pada fungsi ketiga tersebut, media massa berfungsi mensosialisasikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat. (Shoemaker dan Resse, 1991 : 28-29). *Twitter* tersebutlah mampu menjadi media komunikasi yang berfungsi menyampaikan kebijakan dan program-program Wali Kota Bandung.

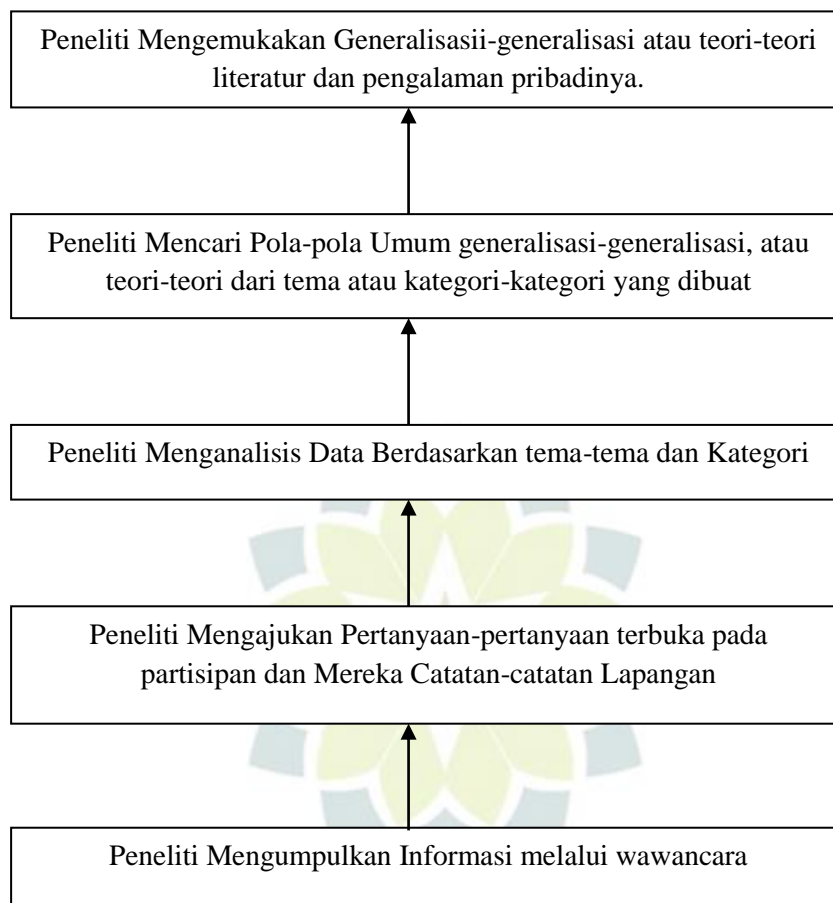
Rasionalisasi dari fungsi komunikasi massa yang ketiga (*transmission*) keterkaitannya dengan penelitian ini adalah ketika media sosial *twitter* mampu menjadi media yang menyampaikan ketentuan-ketentuan tertentu yang diusung Wali Kota Bandung terkait dengan berbagai kebijakan dan program yang dikeluarkan, hingga dihasilkanlah *feedback* positif yang bisa dikategorikan pada proses komunikasi efektif. Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, yang berarti dapat menimbulkan kesenangan, memengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. (Jalaludin Rahmat, 2008). Komunikasi efektif tentunya tidak hanya bisa didapatkan melalui komunikasi *face to face*, komunikasi efektif pun bisa dicapai melalui komunikasi dunia maya, atau lebih dikenal dengan sebutan komunikasi *cyber*.

Teori komunikasi dunia maya atau yang lebih dikenal dengan teori *cybercommunity* merupakan teori akhir dalam pengembangan ilmu komunikasi terutama tentang yang berhubungan dengan perkembangan dunia baru (*new media*). *New media* banyak menekankan bagaimana konstruksi sosial media memberi kontribusi terhadap kehidupan manusia secara keseluruhan. Persoalan *cyber* seperti perumpamaan “ruang waktu” bahwa manusia memiliki kehidupan baru diatas dunia nyata. (Burhan Bungin (2009 : 296).

Apabila dikaji lebih dalam, bisa saja banyak teori yang sinkron dengan pemanfaatan media sosial oleh pejabat publik, dan tidak menutup kemungkinan adanya teori baru yang didapat setelah mendapatkan hasil dari kesimpulan penelitian. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya mengemukakan dua teori yang dianggap paling mendekati aplikasi dengan apa yang diasumsikan kedua teori tersebut. Mengingat dalam penelitian kualitatif landasan teori yang dikemukakan tidak menjadi sebuah harga mati, tetapi bersifat sementara. (Sugiyono, 2012 : 215). Selain menggunakan dua teori di atas, dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan alur penelitian Grounded Theory sebagai kerangka berfikir dengan menggunakan model tahapan analisis induktif.



Tabel 1.1 Alur dalam penelitian Grounded Theory (Burhan Bungin, 2012 : 144)



Tabel 1.2 Logika Induktif (John W Cresweel, 2010 : 96)

F. Tinjauan Pustaka

1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Metode	Tujuan	Hasil Penelitian	Relevansi Penelitian
1	Isni Puspitadewi	Pemanfaatan <i>Twitter</i> TMC Polda Metro dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya	Deskriptif	Mengetahui sejauh mana pemanfaatan TMC Polda Metro dalam memenuhi pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan informasi mendalam, dan pendekatan informasi sekilas para pengguna jalan raya.	Dengan memanfaatkan <i>twitter</i> TMC Polda Metro cukup memenuhi pendekatan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas para pengguna jalan raya.	Objek penelitian yang utama yakni pemanfaatan media sosial <i>twitter</i> , serta dari aspek informasi yang menjadikan penelitian tersebut relevan.
2	Aina Maryana Isnaini	Pemanfaatan Media Sosial <i>Twitter</i> Sebagai Strategi Komunikasi Corporate Communication PT.Axiata, Tbk	Deskriptif	Mengetahui alasan, proses serta dampak dari pemanfaatan media sosial <i>twitter</i> sebagai strategi komunikasi corporate communication PT.XI Axiata, Tbk.	Corporate Communication PT.XI Axiata, Tbk Central Region memanfaatkan <i>twitter</i> sebagai salah satu kegiatan dalam strategi komunikasi	Media sosial menjadi objek utama penelitian dalam perannya sebagai media komunikasi, serta bagaimana media sosial <i>twitter</i> tersebut dimanfaatkan sebagai

					dengan publiknya dengan alasan realita perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini.	penyampai informasi kepada publik (konsumen).
3	Rr. Dian Ayu Gumilang, ST	Pesan <i>Facebook</i> sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pesan Facebook sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)	Deskriptif Kualitatif	Mengetahui seberapa berperan <i>facebook</i> bila dijadikan sebagai media komunikasi bisnis online.	<i>Facebook</i> tidak hanya berperan sebagai media promosi dalam bisnis online, tetapi juga berperan sebagai media untuk berkomunikasi dengan calon konsumen	Meskipun penelitian ini pemilihan media sosialnya <i>facebook</i> , namun dari segi objek penelitian sama membahas terkait peran media sosial sebagai media komunikasi. Selain itu, metodologi penelitian yang digunakan sama yakni deskriptif kualitatif
4	Rina Noviana	Fenomena <i>Celebitism</i> di <i>Twitter</i> , Analisis Semiotika Trending Topic	Eksplanatif	Mengetahui fenomena pemanfaatan <i>twitter</i> di Indonesia dan untuk menganalisis <i>trend</i> <i>celebitism</i> dalam pemanfaatan <i>twitter</i>	Pemanfaatan <i>Twitter</i> di Indonesia memang ramai digunakan sebagai bagian dari gaya hidup atau <i>life style</i> masyarakat urban namun kurang informatif dan mempresentasikan eksistensi dan citra diri	Penelitian ini membahas mengenai fenomena, meskipun penelitian tersebut tidak membahas secara implisit langsung pada pemanfaatannya, namun dari segi fenomena sinkron, karena penelitian yang diteliti

					(<i>virtual identity</i>) didalamnya.	peneliti pada dasarnya terpengaruhi karena fenomena yang ada dan tengah berlangsung.
5	Mario Alvrisky Magistrak	Karakteristik Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Jejaring Sosial (Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan Komunikasi Pemasaran di Media Jejaring Sosial <i>Facebook</i> pada Akun <i>Sunsilk</i> Indonesia)	Deskriptif	Mendeskrripsikan karakteristik pesan komunikasi pemasaran di media sosial	Pesan komunikasi pemasaran di media jejaring sosial <i>facebook</i> pada akun <i>Sunsilk</i> Indonesia memiliki karakteristik pesan yang memadukan fungsi sosial dan fungsi instrumental komunikasi. Pesan-pesan tersebut mampu menciptakan sebuah interaksi komunikasi antara mereka dengan audiennya.	Penelitian ini lebih pada karakteristik pesannya, relevansinya pada jejaring sosial yang dijadikan sebagai objek utama penelitian atau yang mendasari penelitian tersebut.

6	Novia Ika Setayani	Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial <i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , dan Blog sebagai Sarana Komunikasi Akademi Berbagi Surakarta)	Deskriptif Kualitatif	Mengetahui apa saja kegunaan media sosial sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Akdemi Berbagi Syarkarta	Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi bagi Akademi Berbagi Surakarta dinilai efektif karena dapat dengan mudah dan cepat dalam menyebarkan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak tanpa memikirkan jarak, ruang, dan waktu.	Metode penelitian yang digunakan serupa, serta media sosial menjadi objek utama yang diteliti, serta ditunjukkan kegunaan media sosial sebagai sarana komunikasi.
7	Resita Noviana	Pemanfaatan Jejaring Sosial <i>Twitter</i> sebagai Media Komunikasi Pejabat Publik (Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan Komunikasi pada Akun <i>Twitter</i> Wali Kota Bandung Ridwan Kamil)	Deskriptif Kualitatif	Mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial <i>twitter</i> sebagai media komunikasi Ridwan Kamil ditinjau dari bentuk pesan komunikasi twitter akun @ridwankamil yaitu informatif, persuasif, dan koreasi.		

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian mengenai Pemanfaatan Jejaring Sosial *Twitter* Sebagai Media Komunikasi Pejabat Publik Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan Komunikasi pada Akun *Twitter* Wali Kota Bandung Ridwan Kamil dalam menyampaikan dan mengkomunikasikan informasi terkait kebijakan dan berbagai program Wali Kota pada masyarakat Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan peneliti ada metode deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena peneliti akan mengumpulkan data atau informasi untuk disusun, dijelaskan, dan dianalisis, bentuk isi pesan dalam akun *twitter*nya serta alasan Ridwan Kamil memanfaatkan dan menggunakan media sosial *twitter* sebagai media komunikasi.

2. Objek Penelitian

Penelitian mengenai Pemanfaatan Jejaring Sosial *Twitter* Sebagai Media Komunikasi Pejabat Publik Analisis Deskriptif Kualitatif Pesan Komunikasi pada Akun *Twitter* Wali Kota Bandung Ridwan Kamil. Pemilihan Ridwan Kamil selaku objek utama penelitian ini sendiri, berdasarkan pilihan peneliti, bahwa Ridwan Kamil merupakan salah satu pejabat publik yang intens menyampaikan berbagai informasi melalui *twitter*. Waktu untuk penelitian ini, peneliti hanya membatasi pesan (*tweet*) yang

disampaikan Ridwan Kamil selama satu bulan langsung dari akun *twitter*nya, yaitu dari tanggal 9 Desember 2013-9 Januari 2014.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Akun *twitter* @ridwankamil yang merupakan akun pribadi Wali Kota Bandung periode 2013-2018 menjadi prioritas utama dan menjadi peranan penting dalam penelitian. Penelitian ini memfokuskan bagaimana isi pesan (*tweet*) Ridwan Kamil dalam menyampaikan dan mengkomunikasikan informasi berkaitan dengan kebijakan dan program-program Wali Kota serta alasan Ridwan Kamil memanfaatkan *twitter* dalam mensosialisasikan kebijakan dan program-program Wali Kota pada masyarakat Kota Bandung.

b. Data Sekunder

Followers Ridwan Kamil secara keseluruhan menjadi data sekunder dalam penelitian ini sebagai data tambahan, apabila dalam proses penelitian diperlukan kelengkapan data yang bersumber dari *followers* Ridwan Kamil.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Peneliti menggunakan metode pengumpul data berupa wawancara pada pemilik akun *twitter* Wali Kota Bandung periode 2013-2018 Ridwan Kamil dengan instrumen penelitian adalah daftar pertanyaan,

tujuannya untuk mendapat data yang akurat terkait dan mendalam untuk mengetahui tujuan, dan alasan menggunakan *twitter* sebagai media komunikasi, dengan instrumen peneliti daftar pertanyaan wawancara.

b. Metode Penelusuran Data Online

Teknik pengumpulan data selanjutnya yang dipilih peneliti adalah metode penelusuran data online, didasarkan atas diperlukanya data-data sebagai pendukung penelitian yang secara teknis membutuhkan koneksi internet untuk menelusuri berbagai pesan dan *tweet* yang di *update* Ridwan Kamil dalam mensosialisasikan gerakan sejuta biopori untuk Bandung.

5. Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan analisis data kualitatif dengan mengacu pada model analisis data Miles dan Huberman, yaitu :

- a. Melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial, melakukan identifikasi, revisi-revisi, dan pengecekan ulang terhadap data yang ada.
- b. Peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara.
- c. Peneliti mengklasifikasikan data, mereduksi data, menyajikan data, dan menganalisis hubungan data dengan teori.
- d. Peneliti menganalisis data berdasarkan tema-tema dan kategori-kategori.
- e. Membangun atau menjelaskan teori.
- f. Menarik kesimpulan.