

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI PADA PREFERENSI POLITIK

(Studi Kasus Pada Pegiat Media Sosial Dalam Merespon Informasi Puan Maharani Pada
Konteks Pemilihan Presiden 2024)

M. Ikhlasul Amal, Agus Naryoso, S.Sos., M.Si., Dr. Adi Nugroho, S.Sos., M.Si.
mikhlasul.roem@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang, Semarang. 50139. Telepon (024) 7465407

ABSTRACT

Twitter is a microblogging social media with a myriad of features that can support self-presentation, including political preferences. Unfortunately, often this form of self-presentation of political preferences on social media Twitter is also used as a vehicle for spreading hoaxes, hate speech, and insults that smell of hate by some users. Through this research, we want to see the reasons, how, as well as the impacts and obstacles felt when using Twitter as a medium for self-presentation on political preferences, especially in responding to information about Puan Maharani in the context of the 2024 Presidential Election from the perspective of social media activists. This research uses a descriptive qualitative research type with a case study method. Data collection comes from in-depth interviews with the main theories which include Self Presentation Theory and Planning Theory.

Analysis of the results of the research shows that Twitter social media activists have the main reasons for choosing Twitter which is based on the nature of social media microblogs and also the features that Twitter has. Social media activists will then show self-presentation through strategies and evaluate the responses obtained from other users in accordance with the Self Presentation Strategies. When it comes to political preferences, there are factors that make social media activists lean towards certain preferences. From some of these indicators, social media activists will show their self-presentation of political preferences through messages that they carry with certain considerations through profiling and tweets to achieve certain goals.

Based on the research results obtained, it was concluded that Twitter has characteristics and features that make it easier for its users to show self-presentation including political preferences. The users will use the strategy according to what they want in showing their presentation. It aims to create the desired self-presentation. By recommending the use of communication ethics in showing self-presentation of political preferences, users will convey the message they want to carry in their own way with full consideration so that it can be conveyed as a whole and effectively to construct their self-image in front of other users..

Keywords: *Self Presentation on Social Media, Self Presentation on Political Preferences, Puan Maharani in the 2024 Presidential Election, Social Media Activists, Descriptive Case Study*

ABSTRAK

Twitter merupakan media sosial *microblog* dengan segudang fitur yang dapat menunjang perwujudan presentasi diri termasuk pada preferensi politik. Sayangnya, seringkali bentuk presentasi diri akan preferensi politik di media sosial Twitter juga digunakan sebagai wadah penyebaran *hoax*, ujaran kebencian, serta penghinaan berbau sara oleh beberapa pengguna. Melalui penelitian ini, ingin melihat tentang alasan, bagaimana, serta dampak dan hambatan yang

dirasakan tatkala menggunakan Twitter sebagai media presentasi diri pada preferensi politik khususnya dalam merespon informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 dari sudut pandang pegiat media sosial. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data berasal dari interview mendalam dengan teori utama yang mencakup Teori Presentasi Diri dan Teori Perencanaan.

Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pegiat media sosial Twitter memiliki alasan utama dalam pemilihan Twitter yang didasari pada sifat media sosial *microblog* dan juga fitur yang dimiliki Twitter. Pegiat media sosial kemudian akan menunjukkan presentasi diri melalui strategi serta evaluasi atas respon yang didapatkan dari pengguna lain sesuai dengan *Self Presentation Strategies*. Apabila dikaitkan dengan preferensi politik, terdapat faktor yang membuat pegiat media sosial condong dalam preferensi tertentu. Dari beberapa indikator tersebut, pegiat media sosial akan menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik melalui pesan yang mereka bawa dengan pertimbangan tertentu melalui *profiling* dan cuitan untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, disimpulkan bahwa Twitter memiliki sifat dan fitur yang memudahkan penggunaannya untuk menunjukkan presentasi diri termasuk pada preferensi politik. Para pengguna akan menggunakan strategi sesuai dengan yang dikehendaki dalam menunjukkan presentasi dirinya. Hal ini bertujuan untuk menciptakan presentasi diri yang diinginkan. Dengan merekomendasikan penggunaan etika berkomunikasi dalam menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik, pengguna akan menyampaikan pesan yang ingin dibawa dengan caranya masing-masing dengan penuh pertimbangan sehingga dapat tersampaikan secara utuh dan efektif untuk mengkonstruksikan citra diri mereka di depan pengguna lain.

Kata Kunci: Presentasi Diri Media Sosial, Presentasi Diri Akan Preferensi Politik, Puan Maharani Dalam Pemilihan Presiden 2024, Pegiat Media Sosial, Studi Kasus Deskriptif

PENDAHULUAN

Drama akan penggunaan media sosial berkaitan dengan isu politik selalu menjadi bahasan yang dibicarakan oleh publik. Khususnya pada Agustus 2022 lalu, publik ramai akan pernyataan dari Puan Maharani yang muncul mengenai akan adanya Presiden Perempuan lagi di tahun 2024 yang merujuk kepada dirinya. Hal tersebut kemudian semakin meluas kepada pembahasan lain dan menjadi bahan pembicaraan publik di berbagai platform media sosial termasuk Twitter bahkan hingga saat ini.

Terlepas dari *statement* Puan Maharani yang membuat geger publik dan memunculkan banyak respon publik, bahasan tentang politik sendiri merupakan bahasan yang tiada hentinya menjadi perhatian publik di Indonesia. Bahkan Evello selaku *company* yang menyediakan *service controlling media* serta analisa yang menggunakan perkembangan teknologi berupa *Intelligent Tagging System* sebagai

alat yang digunakan untuk penelitiannya. Menyatakan bahwa tahun 2018 lalu, terbukti bahwa pengguna media sosial sering membagikan dan membahas informasi akan politik sebagai bahasan nomor 1 di media sosial. Tak mengagetkan bahwasanya berita politik rasanya telah menjadi bahasan harian masyarakat kita di media sosial.

Dari berbagai respon yang muncul oleh publik, hal tersebut juga menjadi bahan bagi para pegiat media sosial untuk melebarkan sayapnya memberikan berbagai pernyataan sebagai bahan diskusi maupun presentasi diri. Kementerian Komunikasi dan Informasi menyatakan pegiat media sosial sebagai agen yang menyebarkan berbagai macam informasi kepada publik sebagai salah satu media diskusi. Hal tersebut guna memberikan wadah informasi sehingga masyarakat tahu akan kondisi yang ada saat ini. Itulah mengapa, bahasan mengenai *statement* Puan Maharani pun tidak luput dari perhatian mereka.

Dilansir dari onlineoptimism.com, dinyatakan bahwa pegiat media sosial memiliki peran penting dalam *agenda setting* dan lain sebagainya. Sebagai contoh pada tahun 2020, serangkaian gerakan sosial penting telah bermunculan di media sosial sebagai bentuk akan suatu kejadian tertentu. Mulai dari *Black Lives Matter* hingga kampanye lainnya telah bermunculan yang mengakibatkan banyak masyarakat di berbagai penjuru dunia melakukan aksi berupa turun langsung ke jalan sebagai bentuk protes, sementara beberapa dari orang-orang itu dan lainnya menyuarakan rasa frustrasi mereka, menyebarkan sumber daya, bahkan melakukan penggalangan dana.

Dari kasus tersebut, peran pada pegiat media sosial yang dapat menciptakan ruang inklusif untuk percakapan bagi banyak masyarakat amatlah berguna. Dengan kredibilitas yang tinggi dari seorang pegiat media sosial, suatu isu dapat membludak dan menjadi bahan pembicaraan publik khususnya bidang sosial dan politik. Itulah mengapa, tak mengagetkan bahwa pegiat media sosial juga menunjukkan presentasi dirinya dalam mengangkat isu tertentu untuk suatu kepentingan sesuai dengan target pasar yang diinginkan.

Berbicara mengenai presentasi diri, tiap orang memiliki step yang berbeda guna mempresentasikan diri terhadap khalayak. Erving Goffman (1959) lewat *The Presentation of Self in Everyday Life*, mengatakan tiap individu sebagai aktor. Yang mana mereka mempresentasikan diri secara verbal dan non verbal lawan interaksinya. Presentasi diri atau manajemen impresi, diartikan sebagai aksi menampilkan diri oleh seseorang guna mencapai citra diri yang diinginkan atas ekspektasi seseorang tersebut. Presentasi diri tidaklah terbatas hanya oleh individu saja, namun juga bagi organisasi maupun kelompok individu.

Dilansir dari jurnal berjudul "*Presentasi Diri Netizen dalam Kontruksi Identitas di Media Sosial*" oleh Nuriyatul Lailiyah,

media sosial adalah wadah yang luas dan bebas bagi banyak orang untuk berbicara dan mengomentari banyak hal. Mereka dengan leluasa dapat menunjukkan presentasi diri mereka melalui identitas yang dapat dimodifikasi sesuai dengan kehendaknya. Itulah mengapa, muncul istilah para pencemooh dalam media sosial yang sering dikenal dengan *haters* dan juga para pendukung yang dikenal dengan *fans*. Para pencemooh dan pendukung, hadir sebagai bentuk implementasi akan pemikiran individu terhadap suatu isu yang kemudian menjadi sebuah *identity*. Identitas merupakan imaji sosial, budaya, individual, hingga relasional terhadap konsep diri yang tiap individunya secara unik mengatur *identity* pada momen yang berbeda dalam berhubungan (Little John & Foss, 2009:492-494). Dalam hal ini, presentasi diri adalah kontruksi yang memperlihatkan pemeliharaan serta penampilan identitas sosial tiap orang saat berinteraksi. Presentasi diri di sini merujuk pada gambaran yang ditampilkan individu selama berinteraksi.

Meskipun media sosial khususnya Twitter dijadikan sebagai wadah bagi individu dalam mempresentasikan dirinya, seperti yang telah disinggung mengenai konsep pencemooh dan pendukung, hal ini menunjukkan bahwa nyatanya hal tersebut juga seringkali digunakan sebagai bentuk ekspresi kepada hal yang negatif. Berdasarkan Jurnal berjudul "*Ujaran Kebencian di Kalangan Pengguna Media Sosial di Indonesia: Agama dan Politik*" oleh Ahmad R Pratama. Nyatanya media sosial dewasa ini semakin menjadi wadah bagi individu untuk berekspresi secara masif dan tidak bisa terlepas dalam genggaman manusia. Kendati demikian, hal tersebut nyatanya juga menjadi wadah ekspresi bagi individu untuk melakukan ujaran kebencian, penyebaran informasi palsu, hingga SARA sesuai dengan apa yang individu kehendaki. Faktor yang menyebabkan ujaran kebencian tersebut, muncul dari preferensi individu akan suatu hal dan bentuk dukungan individu akan

kelompok tertentu sesuai dengan apa yang mereka kehendaki. Padahal, seharusnya pengguna haruslah melakukan proses berpikir yang matang, dengan pemilihan diksi dan kata-kata yang tepat sehingga dapat mengantisipasi dampak yang ditimbulkan dari pesan-pesan yang mereka sampaikan.

Dengan pertimbangan akan tingginya penggunaan sosial media Twitter di masyarakat kita, kemudian diikuti adanya berbagai informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 serta dampaknya yang selalu menjadi bahan pembicaraan di media sosial Twitter tersebutlah yang menjadi minat peneliti mengenai bagaimana seseorang di media sosial Twitter mempresentasikan dirinya akan preferensi politik khususnya para pegiat media sosial. Itulah mengapa, melalui penelitian ini peneliti akan melihat proses pegiat media sosial dalam menggunakan media sosial Twitter sebagai media dalam mempresentasikan dirinya dalam berpolitik. Kemudian bagaimana tindakan tiap pegiat media sosial guna mendapatkan citra akan diri seperti yang diinginkan sesuai dengan apa yang mereka harapkan, percayai dan anut. Juga tentang bagaimana terbentuknya citra diri, respon yang muncul, serta dampaknya bagi kehidupan selaras pada teori dalam penelitian. Ditambah melihat dampak media sosial di masyarakat, juga menjadi perhatian penelitian guna mengetahui alasan seseorang untuk menunjukkan presentasi dirinya khususnya dalam preferensi politik di media sosial Twitter terhadap informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks Pemilihan Presiden 2024.

TUJUAN PENELITIAN

Media sosial Twitter merupakan *social media microblog* yang memudahkan para penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana serta alasan bagi para pegiat sosial media Twitter menggunakan akun media sosial Twitter sebagai media dalam mempresentasikan diri mereka khususnya

berkaitan dengan preferensi akan politik. Selain itu juga ingin mengetahui bagaimana hambatan, manfaat serta dampak yang muncul tatkala para pegiat media sosial di Twitter menunjukkan presentasinya dirinya akan preferensi politik khususnya dalam merespon informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 pada media sosial Twitter.

KERANGKA TEORI

1. *Self Presentation Theory*

Setiap individu memiliki cara khusus untuk menunjukkan presentasi diri terhadap sekitar. Dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* karya Erving Goffman (1959) dinyatakan bahwa tiap manusia adalah actor yang menunjukkan presentasi diri baik non verbal ataupun verbal terhadap orang lain. Manajemen impresi sebagai sebutan lain dari presentasi diri dapat diartikan sebagai Tindakan menunjukkan diri yang dilakukan tiap individu guna memperoleh citra diri sesuai apa yang dikehendaki. Bukan hanya oleh individu saja, namun juga diimplementasikan oleh kelompok individu (Boyer, dkk, 2006:4).

Dengan mempresentasikan diri, berbagai strategi dilakukan guna mengatur keadaan hingga penampilan. Termasuk dalam bermedia sosial, segala konten atau publikasi haruslah sesuai dengan standar atau kualifikasi yang telah ditetapkan seseorang. Itulah mengapa, strategi untuk membentuk suatu identitas diperlukan. Menurut Jones (1990) dalam *Self Presentation Strategies* setidaknya terdapat lima strategi bagi seseorang untuk mengkonstruksi presentasi diri guna mencapai citra yang diinginkan di hadapan khalayak, mencakup:

1. *Ingratations*

Mereka yang ingin mendapatkan perhatian dan disukai oleh banyak orang, biasanya menggunakan

strategi ini. Strategi ini diwujudkan dengan cara mengutarakan berbagai hal dan konteks positif terhadap atau pujian kepada orang lain.

2. *Competences*

Mereka yang ingin terlihat berkualitas atau terampil, cocok menggunakan strategi ini. Mereka secara masif akan memperlihatkan prestasi, kemampuan, kualifikasi, hingga kinerja mereka kepada publik. Strategi ini seringkali digunakan oleh para ahli politik dalam menanggapi isu maupun kondisi politik.

3. *Intimidations*

Mereka yang ingin terlihat berkuasa atau ingin memperoleh kekuasaan, bisa menggunakan konsep strategi ini. Dengan strategi ini, dilakukan berbagai pernyataan konta atau penolakan, ketidaksenangan, hingga ancaman. Hal tersebut dilakukan guna mengintimidasi pengguna yang lainnya.

4. *Exemplifications*

Mereka yang ingin terlihat mempunyai standar moral yang tinggi dan unggul, seringkali menggunakan strategi ini. Pada strategi ini, mereka menunjukkan komitmen militansi atau ideologis, kedisiplinan diri, pengorbanan yang tinggi. Biasanya, kita sering menemukan penganut strategi ini saat terjasi euphoria mafia hukum, politik, korupsi, dan sejenisnya lewat komentar yang mereka utarakan.

5. *Supplications*

Strategi ini bertujuan untuk menunjukkan ketidakberdayaan yang mengakibatkan orang lain

datang memberi bantuan. Melalui strategi ini, maka orang lain cenderung akan prihatin dan kemudian memberikan empati maupun bantuan kepada penggunanya.

2. *Theory of Planning*

Teori Perencanaan Charles Berger menjelaskan bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah representatif kognitif hierarki dari rangkaian tindakan untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, rencana-rencana merupakan gambaran mental dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan. Pada dasarnya teori ini juga menjelaskan tentang proses-proses yang berlangsung dalam diri manusia dalam proses komunikasi yakni ketika proses membuat pesan dan proses memahami pesan. Manusia ketika dalam proses menghasilkan suatu pesan maka akan melibatkan proses yang berlangsung secara internal dalam diri manusia seperti proses berfikir, pembuatan keputusan, sampai dengan proses pembuatan simbol sebelum memproduksi pesan. (Littlejohn, 2009: 184-185).

Perkembangan peradaban manusia berpengaruh terhadap kompleksitas permasalahan yang dihadapi di dalam perencanaan, sementara perkembangan teknologi berperan besar di dalam menentukan pola pendekatan perencanaan yang hendak diterapkan. Sejalan dengan perkembangan peradaban dan teknologi tersebut maka berkembang pula perencanaan dan praktek-praktek perencanaan yang terjadi pada kurun jaman tertentu. Seperti halnya dalam memproduksi pesan melalui media sosial Twitter, dimana apa yang dipikirkan oleh user sangatlah berperan di dalam sebuah pengambilan keputusan individu sebelum memproduksi pesan di media sosial Twitternya. Para pengguna akan melalui tahapan-tahapan sebelum

akhirnya pesan tersebut tersampaikan kepada khalayak luas. Tahapan-tahapan yang dilalui oleh para pengguna tersebut adalah proses berfikir, pemilihan diksi atau kata-kata serta upaya untuk mengantisipasi dampak yang mungkin akan ditimbulkan dari pesan-pesan yang mereka sampaikan tersebut terhadap khalayak luas yang menerima pesan tersebut.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hal tersebut didasari keinginan peneliti guna mengumpulkan data yang sedalam-dalamnya serta kemudian menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya dalam sebuah data deskripsi yakni tulisan atau ucapan diikuti hasil dari pengamatan akan perilaku objek penelitian Penelitian yang ada memiliki sifat deskriptif, yang mana memiliki tujuan guna memperlihatkan gambaran akan realitas sosial tertentu. Adapun sifat deskriptif dipakai dikarenakan penelitian yang ada ingin menyampaikan sesuatu hal dengan sifat yang apa adanya. (Sudaryanto 1993, dalam Anggraini, 2012, p. 132). Metode penelitian yang digunakan adalah *study case*. Studi kasus merupakan pemeriksaan terhadap suatu peristiwa, dokumen, maupun subjek tertentu secara detail. Yin (1987) kemudian memberi batasan teknis yang mencakup: (1) target dan penelitian dapat berupa suatu kejadian atau peristiwa, dokumen, situasi, bahkan manusia. (2) target yang ada kemudian dilakukan proses analisis dengan detail guna menjadi suatu kelengkapan yang selaras terhadap latar belakang guna menginterpretasikan antara kaitan satu dengan yang lainnya di dalam variabelnya.

Peneliti meneliti informan berupa para pegiat media sosial Twitter dengan pengumpulan data dari *indepth interview*. *Indepth interview* merupakan teknik pengumpulan data kepada objek penelitian secara langsung guna memperoleh informasi yang lengkap dan juga mendalam. Peneliti

menggunakan teknik analisis *pattern matching* atau penjodohan pola. Peneliti akan berfokus pada proses dan hasil penelitian yang mengandung pertanyaan *why* dan *how*. Hasil dan teori yang telah ditentukan sebelumnya akan dicocokkan yang kemudian dapat ditemukan hasil yang dapat mendukung teori tersebut atau menghasilkan hal yang berbeda (Yin, 2018, pp. 224-225).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penggunaan Media Sosial Twitter

Diluncurkan pada tahun 2006, Twitter bisa dikatakan sebagai salah satu media sosial yang berkembang dengan pesat. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai pencapaian yang dituai, seperti tercapainya jumlah pengguna teregistrasi sejumlah 500 juta pengguna di tahun 2012, juga berhasil mendapatkan setidaknya 58 juta cuitan dalam satu hari. Bahkan berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh *We Are Sosial*, dinyatakan bahwa Twitter masuk dalam kategori sosial media paling digemari dengan peringkat ke-13 di dunia dan Top 5 di Indonesia.

Eksistensi akan adanya Twitter di awal masuknya ke masyarakat Indonesia, juga dimanfaatkan oleh para keempat informan yang mana mereka mulai menggunakan Twitter sejak tahun 2009-2011 silam. Informan 1 mulai membuka akun Twitter pada tahun 2011, motif yang ada dikarenakan informan ingin melanjutkan misinya untuk mengedukasi masyarakat tentang politik yang sebelumnya telah informan salurkan melalui media sosial Facebook. Berjalannya waktu, justru informan lebih aktif di media sosial Twitter karena dianggap lebih mudah serta sederhana untuk dilakukan proses diskusi dan timbal balik. Kemudian Informan 2 yang mana sudah mulai menggunakan Twitter sejak tahun 2009, memiliki pengalaman unik yang membuat informan memutuskan untuk

membuka akun Twitter. Hal tersebut didasari karena akun media sosial Facebook informan berkali-kali *terbanned* dikarenakan pelanggaran komunitas. Mengetahui peraturan dan *security* Twitter tidak seketat Facebook, maka informan mulai membuka akun Twitter dan aktif berdiskusi di dalamnya. Adapun bagi Informan 3, ia melihat bahwa Twitter memiliki sifat serta tampilan yang lebih *simple* dibandingkan media sosial lainnya saat itu, maka informan memutuskan untuk membuka akun Twitter pada bulan Januari tahun 2010 untuk menyalurkan berbagai pendapatnya berkaitan dengan politik dalam negeri. Sedangkan Informan 4 mengaku bahwasanya ia mulai menggunakan Twitter sejak Juli tahun 2009 yang didasari oleh rasa ingin tahu serta rekomendasi dari teman-teman informan yang menggunakan Twitter. Dari situlah, kemudian informan mulai aktif berkicau serta menggunakan Twitter secara aktif hingga sekarang.

Terlepas dari popularitas Twitter di Indonesia, informan juga mengakui bahwasanya fasilitas yang dimiliki oleh Twitter juga menjadi salah satu faktor pendukung yang menjadikan informan menggunakan Twitter bahkan hingga kini. Dari beberapa fasilitas yang ada, fasilitas cukup berpengaruh dan menjadi pembeda bagi Twitter bila dibandingkan dengan media sosial lain adalah kicauan atau *tweets*, tagar atau *hashtag*, *retweet*, *retweet with comments*, *trending topic*, hingga *space*. Selain dari fitur-fitur unik yang tidak dimiliki oleh media sosial lain. Tak dapat dipungkiri bahwasanya Twitter ramai digunakan oleh publik dikarenakan sifat dari media sosial itu sendiri yang *user-oriented*.

Adapun Mayfield (2008:32) dalam *What is Sosial Media* menyatakan bahwa media sosial termasuk di dalamnya adalah Twitter, memiliki beberapa karakter yang menunjang

keberlangsungan individu di dalamnya, yaitu partisipasi, keterbukaan, saling terhubung, dan advokasi. Karakter tersebut kemudian dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Termasuk bagi para keempat informan, para informan menerapkan karakter dari media sosial Twitter dalam keberlangsungannya. Berkaitan dengan karakter pertama yaitu partisipasi, keempat informan telah melakukan proses komunikasi timbal balik dengan para penggunanya yang memiliki kesadaran dan ketertarikan yang sama. Baik informan 1, informan 2, informan 3, maupun informan 4, semuanya memiliki ketertarikan yang sama di bidang politik dan hukum. Keempat informan juga melakukan timbal balik kepada para pengguna lain tatkala berada dalam suatu percakapan akan suatu bahasan atau topik tertentu. Kendati demikian, para informan memiliki perbedaan kaitannya dalam memproses timbal balik yang muncul dari para pengguna lain. Informan 1 dan informan 3, jarang memberikan respon timbal balik sekiranya pengguna lain melakukan proses komunikasi terhadap informan melalui *direct messages*. Kedua informan mengaku lebih menyukai proses komunikasi melalui berbalas cuitan karena lebih *simple* dan mudah dilakukan. Hal tersebut berbeda dengan informan 2 serta informan 4 yang mengaku amat terbuka terhadap berbagai pesan yang masuk, baik melalui cuitan hingga *direct messages*. Kedua informan akan memberikan timbal balik terhadap pesan-pesan tersebut sekiranya memungkinkan dibalas.

Kemudian untuk karakter media sosial Twitter yang memberikan keterbukaan, para informan mengimplementasikan hal tersebut dengan membuka akun pribadi informan sehingga dapat diakses oleh pengguna lain. Dengan

membuka akun atau tidak *private* akun Twitter pribadi, maka para informan memberikan keleluasan bagi para pengguna lain untuk dapat melihat serta merespon berbagai konten yang telah diunggah oleh para informan di media sosial Twitternya. Konten yang diunggah dapat berupa cuitan, foto, video, gif, hingga suara.

Selanjutnya berkaitan dengan karakter media sosial Twitter berupa saling terhubung, tidak semua informan mengimplementasikan tersebut dalam kehidupan bermedia sosial mereka. Sebagai media sosial yang sifatnya berjejaring, informan 1 dan informan 2 mengaku menggunakan media sosial Twitter sebagai salah satu wadah penghubung antara pengguna Twitter dan juga situs yang telah dibangun oleh para informan. Bagi informan 1, Twitter merupakan wadah yang paling tepat untuk menghubungkan Fusilat yang mana merupakan portal berita informan kepada khalayak publik. Hal tersebut, kemudian dilakukan oleh informan dengan cara membagikan berbagai berita yang ada di Fusilat untuk dibagikan kepada para pengguna Twitter. Hal tersebut dinilai berhasil, yang mana memunculkan proses komunikasi dan interaksi lebih dari dua arah, baik di media sosial Twitter dan juga di Fusilat. Implementasi serupa juga dilakukan oleh informan 2 yang tidak hanya membagikan informasi berkaitan dengan topik atau bahasan yang sedang ingin dibawa, informan juga membagikan *link* yang mengarah kepada platform Persuasi TV yang sedang informan bangun. Melalui implementasi tersebut, maka banyak pengguna media sosial Twitter yang juga berkunjung ke platform Persuasi TV hingga melakukan diskusi di dalamnya. Hal tersebut juga berhasil menciptakan komunikasi dan interaksi yang tidak hanya dua arah, namun bahkan lebih. Karena dari situlah, muncul berbagai proses komunikasi

yang terhubung antar pengguna media sosial Twitter dan juga informan itu sendiri.

Terakhir, berkaitan dengan karakter media sosial Twitter yang bersifat Advokasi. Itu berarti Twitter dapat memberikan wadah bagi para penggunanya untuk dapat menjangkau banyak orang dan mendapatkan *support* atas suatu isu yang sedang diperjuangkan. Hal ini berhasil diwujudkan oleh informan 2 dan informan 4 untuk membagikan serta *influence* khalayak lewat pesan yang diinginkan baik melalui cuitan, *hashtag*, dan pemanfaatan fitur di Twitter lainnya. Implementasinya, kedua informan mencoba untuk menggunakan Twitter sebagai salah satu wadah promosi sekaligus penyebaran opini untuk calon yang didukung dalam pesta politik dalam negeri. Yang mana, pada 2019 lalu informan 2 merupakan salah satu pelopor dari tagar #2019GantiPresiden sedangkan informan 4 membagikan informasi positif atas Hadi Prabowo untuk pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2013 lalu. Hal tersebut kemudian mendapatkan perhatian serta respon yang positif dari banyak pihak, bahkan dari calon yang didukung oleh para informan.

Dari beberapa temuan yang telah dijabarkan, dipahami bahwasanya para informan merupakan aktor lama yang telah menggunakan Twitter lebih dari 10 tahun yang lalu. Secara teori, terdapat beberapa karakteristik dari media sosial Twitter yang membuat informan aktif untuk menggunakan Twitter sesuai dengan pernyataan oleh Mayfield (2008:32) dalam *What is Sosial Media* yang mencakup partisipasi, keterbukaan, saling terhubung, dan advokasi yang dimiliki oleh Twitter. Kendati demikian, apabila kita telaah pula berkaitan dengan fasilitas dan keunikan yang dimiliki Twitter. Banyaknya fitur yang

berbeda jika disandingkan dengan media sosial lain, membuat Twitter memiliki keunikan tersendiri yang membuat para informan tetap bertahan untuk menggunakan Twitter dalam kesehariannya.

B. Penggunaan Twitter Sebagai Media Presentasi Diri

Twitter sebagai salah satu *social networking* serta *microblog* dengan berbagai fasilitas unik, memberikan wadah bagi para penggunanya untuk melakukan penyebaran informasi dan juga komunikasi. Hal tersebut mengakibatkan penggunanya dapat mempresentasikan diri secara dinamis serta interaktif melalui profilnya sesuai dengan apa yang mereka kehendaki. Semua informan setuju bahwasanya media sosial Twitter amat memudahkan bagi para penggunanya untuk menunjukkan identitas diri mereka dengan menggunakan bahasa serta ujaran yang ingin dikehendaki.

Berbicara mengenai presentasi diri, Erving Goffman (1959) lewat *The Presentation of Self in Everyday Life*, mengatakan tiap individu sebagai aktor. Pengguna mempresentasikan diri secara verbal dan non verbal kepada lawan interaksinya. Presentasi diri atau manajemen impresi, diartikan sebagai aksi menampilkan diri oleh seseorang guna mencapai citra diri yang diinginkan atas ekspektasi seseorang tersebut. Itu berarti manusia akan merepresentasikan dirinya, termasuk di media sosial dengan apa yang dikehendaki selaras dengan apa yang dipercaya guna menumpahkan isi hati dan pikiran mereka.

Menurut Jones (1990) dalam *Self Presentation Strategies* terdapat lima strategi bagi seseorang untuk mengkonstruksi presentasi diri yang mencakup *ingratations*, *competences*, *intimidations*, *exemplifications*, dan *supplications*. Informan 1 menerapkan

strategi *competences* yang mana informan melalui *profiling* menunjukkan kualifikasi sebagai seorang pegiat media sosial hingga kompetensi yang informan miliki dengan motto "*Stand Out Pretty Well*" kepada publik. Hal tersebut juga selaras dengan cuitan yang informan 1 sampaikan yang sering menunjukkan kemampuannya akan berpolitik yang luas kepada publik. Perwujudannya, tidak hanya melalui cuitan berisikan pendapatnya, namun juga berisikan informasi link tulisan beliau berkaitan dengan isu yang sedang dibahas. Tak lain, itu dilakukan untuk menunjukkan kompetensi dari informan dalam hal penulisan kreatif di era *new media*.

Kemudian informan 2 yang mana merupakan seorang jurnalis, menerapkan strategi *exemplifications* dalam menunjukkan presentasi dirinya di media sosial Twitter. Hal tersebut diakui sang informan yang menyatakan bahwasanya ia akan selalu mendukung kepentingan yang memberikan keuntungan bagi rakyat, dan akan mengekang segala hal yang justru menyusahkan rakyat. Itulah mengapa unggahan yang informan lakukan bersifat nasional ataupun memiliki makna ideologi. Seperti berkaitan dengan euphoria mafia hukum, politik, korupsi, dan sejenisnya. Untuk implementasinya, dilakukan oleh informan baik melalui *profiling* maupun berbagai cuitan yang ia tulis di media sosial Twitternya. Berkaitan dengan *profiling*, informan menunjukkan nasionalisme melalui foto sampul yang digunakan yang mana sedang memegang bendera merah putih. Berkaitan dengan cuitan, informan masif dalam melakukan berbagai unggahan baik melalui foto, *tweets*, hingga video. Informan ingin menunjukkan dirinya sebagai sosok jurnalis yang akan mengkritiki berbagai kebijakan, isu politik, serta permasalahan yang terjadi di dalam

negeri. Segala kritikan seringkali dilakukan oleh informan melalui fitur *retweet with comments* guna merespon suatu berita yang ada. Tidak hanya itu, informan juga aktif dalam menanggapi berbagai trend guna menyampaikan perspektifnya sebagai jurnalis yang ingin memperjuangkan hak rakyat Indonesia.

Selanjutnya adalah informan 3 yang juga menerapkan strategi *competences* dalam menunjukkan presentasi dirinya di media sosial Twitter. Sebagai seorang akademisi, informan 3 ingin menunjukkan sisi yang berkualitas maupun terampil. Secara masif, hal tersebut diperlihatkan melalui *profiling* informan dengan mencantumkan prestasi, kemampuan, kualifikasi, hingga latar belakang pendidikannya di media sosial Twitter. Tidak hanya melalui itu, informan 3 juga aktif dalam berkicau di media sosial Twitter dengan menunjukkan berbagai pendapat serta pemikirannya yang mendapatkan banyak perhatian publik. Berbagai cuitan yang ada, merupakan hasil pemikiran dari presentasi dirinya yang mendukung berbagai kebijakan yang dianggap benar dan mengkritisi berbagai kebijakan yang dianggap salah atau merugikan rakyat. Hal tersebut dilakukan karena informan ingin menunjukkan kompetensinya sebagai seorang kritikus pemerintah melalui cuitannya. Ada banyak sekali media yang mengutip cuitan dari informan sebagai salah satu data pendukung dalam artikel mereka, bahkan mengajak langsung informan untuk hadir dalam acara televisi karena informan dianggap memiliki kredibilitas yang baik sebagai seorang kritikus pemerintah. Dalam pengembangannya, informan mengaku percaya bahwasanya apa yang ia sampaikan di media sosial Twitter memiliki kredibilitas yang mumpuni karena berasal dari berbagai sumber yang relevan. Bahkan, sebagai

penunjangnya informan juga memiliki lembaga survei yang membantu informan dalam berbagai pengumpulan informasi khususnya berkaitan dengan sosial dan politik dalam negeri.

Terakhir adalah informan 4 yang juga menerapkan strategi *competences*. Bagi informan, menunjukkan kualitas diri dan juga kompetensi yang dimiliki adalah suatu hal yang wajib tatkala ingin menunjukkan presentasi diri di media sosial, khususnya di Twitter. Hal tersebut harus dilakukan guna memberikan pemahaman kepada orang lain tentang *power* dan siapa orang dibalik unggahan yang ada di akun media sosial Twitter. Dalam keberlangsungannya, informan menunjukkan presentasi dirinya berkaitan dengan kualitas, kompetensi, serta nilai yang informan anut melalui *profiling* maupun cuitan di media sosial Twitter. Informan mengatakan bahwasanya ia akan menulis berbagai keikutsertaannya dalam berbagai aktivitas untuk menunjukkan kepada publik bahwa informan merupakan sosok yang berpengaruh luas. Dengan menyampaikan berbagai pencapaian yang telah dilakukan informan melalui cuitan, akan memberikan pemahaman kepada publik bahwasanya informan memiliki *power* dan kemampuan yang mumpuni.

Dari temuan tersebut, dapat dipahami bahwasanya media sosial termasuk Twitter dapat digunakan sebagai media presentasi diri. Yang mana dalam keberlangsungannya, informan akan memakai bahasa atau ujaran yang berbeda sesuai dengan apa yang dianut sesuai identitas masing-masing. Dalam mewujudkan presentasi dirinya di media sosial Twitter, ada strategi yang dilakukan oleh para informan guna memberikan kesan dan *image* sesuai dengan apa yang ingin dibangun oleh para informan sebagai pegiat media sosial. Strategi tersebut disampaikan oleh Jones (1990) dalam *Self*

Presentation Strategies yang menyatakan bahwa setidaknya terdapat lima strategi presentasi diri yang mencakup *ingrations*, *competences*, *intimidations*, *exemplifications*, dan *supplications* yang diwujudkan melalui *profiling* maupun cuitan para informan.

C. Twitter Sebagai Media Presentasi Diri Akan Preferensi Politik

a. Pegiat Media Sosial Dalam Menunjukkan Presentasi Diri Akan Preferensi Politik

Berkaitan dengan preferensi politik yang dibawa, informan condong dalam suatu preferensi politik maupun peristiwa politik tertentu dikarenakan beberapa faktor. Faktor tersebut mencakup keikutsertaan dalam berpolitik, interaksi dengan lingkungan sekitar, ideologi, nilai yang dianut, pengaruh identifikasi partai politik, hingga personal branding. Beberapa faktor tersebut kemudian akan mengkonstruksikan suatu preferensi akan politik yang dianggap paling sesuai dengan apa yang para informan kehendaki.

Bagi informan 1 yang mana lahir dan besar di kalangan pesantren, informan mengaku bahwasanya pengaruh serta interaksi dengan lingkungan sekitar cukup berpengaruh berkaitan dengan perspektif informan berkaitan dengan berbagai hal, termasuk politik. Selain itu, ideologi serta nilai yang dianut oleh informan juga dianggap selaras dengan tokoh maupun kelompok politik yang informan dukung. Kedua hal tersebut menjadi alasan utama bagi informan untuk condong dalam preferensi politik tertentu. Selain tiga faktor tersebut, informan juga menganggap bahwa *personal branding* dari para tokoh atau kelompok politik juga berpengaruh terhadap preferensi politik infoman.

Informan 2 sebagai jurnalis mengaku berusaha untuk selalu netral dalam berpolitik karena dasar preferensi politik informan bukan karena kebencian kepada tokoh atau kelompok politik tertentu. Bagi informan 2, ideologi dan nilai yang dianut menjadi faktor utama dalam menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik. Yang mana informan akan mendukung kebijakan yang dianggap baik bagi rakyat, dan akan mengkritisi tatkala kebijakan yang dianggap menyengsarakan rakyat. Itulah mengapa, tidak satu atau dua kali informan akan memberikan pujian maupun hujatan kepada tokoh atau kelompok politik yang sama. Selain karena dua faktor tadi, keikutsertaan dalam berpolitik juga menjadi salah satu faktor bagi informan untuk condong dalam preferensi politik tertentu. Hal tersebut karena pada tahun 2019 lalu, informan merupakan aktivis dari Gerakan #2019GantiPresiden untuk menuntut hak rakyat yang tidak terpenuhi.

Selanjutnya adalah informan 3 yang merupakan kritikus pemerintah, informan mengaku bahwasanya tidak memperlihatkan kecondongannya dalam preferensi politik. Kendati demikian, tetap ada faktor yang membuat informan tetap condong dalam preferensi politik. Hal tersebut adalah berkaitan dengan nilai yang dianut, yang mana informan akan mendukung tokoh atau kelompok partai politik berdasarkan nilai serta pesan yang dibawa melalui kebijakan yang dikeluarkan.

Terakhir adalah informan 4 yang pernah bergabung dalam partai politik yang mana hal tersebut menjadi salah satu faktor dalam preferensi politik. Hal tersebut menunjukkan bahwa identifikasi

partai politik dan partisipasi dalam berpolitik bisa berpengaruh dalam presentasi diri akan preferensi politik. Terlepas dari dua faktor tersebut, nilai dan ideologi juga menjadi faktor penting berkaitan dengan preferensi politik informan. Tak mengagetkan bahwasanya informan menyatakan keluar dari partai politik dikarenakan menganggap ideologi dan nilai yang dibawa oleh partai politik berkaitan sudah tidak sejalan dengan informan. Selain itu, informan juga bergabung dalam komunitas nasionalis yang berpengaruh juga terhadap cara pandang dan preferensi politik informan. Dari beberapa faktor tersebut, bisa dikatakan informan 4 mengalami banyak terpaan dari sekitar yang berpengaruh terhadap presentasi diri informan akan preferensi politik.

Dari beberapa temuan yang ada, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat beberapa faktor yang dapat membuat informan condong atau mendukung suatu tokoh ataupun kelompok politik tertentu. Beberapa faktor tersebut tertuang dalam *Preference Formation* yang mencakup keikutsertaan dalam berpolitik, interaksi dengan lingkungan sekitar, ideologi, nilai yang dianut, pengaruh identifikasi partai politik, hingga personal branding.

Dalam menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik, pegiat media sosial pastinya memiliki cara dalam menyampaikan pesan. Hal tersebut sesuai dengan *theory of planning* yang mana para pegiat media sosial akan melakukan perencanaan dan proses berpikir dalam menyampaikan pesan yang ingin dibawa. Proses berpikir akan menghasilkan pemilihan diksi yang digunakan sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud

sekaligus mengantisipasi dampak yang mungkin akan ditimbulkan.

b. Pegiat Media Sosial Merespon Informasi Puan Maharani Dalam Konteks Pemilihan Presiden 2024

Nama Puan Maharani semakin ramai dibicarakan oleh publik tatkala dirinya diprediksikan akan ikut serta dalam kontestasi politik pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 dari partai PDIP. Dikenal sebagai sosok putri dari Presiden Republik Indonesia kelima yakni Megawati Soekarno Putri dan Taufik Keimas yang juga merupakan tokoh politik *elite* di Indonesia dan juga cucu dari Bapak proklamator kemerdekaan Indonesia yaitu Ir. Soekarno, Puan Maharani bisa dibilang telah lama berkecimpung dalam dunia perpolitikan khususnya di Indonesia.

Termasuk pada bulan Agustus lalu, selain berbagai promosi serta kampanye yang dilakukan Puan Maharani yang dianggap masif. Publik juga ramai akan *statement* dari Puan Maharani tentang akan adanya Presiden Perempuan lagi di tahun 2024 yang merujuk kepada dirinya. Hal tersebut semakin meyakinkan publik bahwasanya Puan Maharani ingin mencalonkan diri dalam kontes pemilihan presiden tahun 2024 nanti.

Termasuk bagi para pegiat media sosial selaku informan, para informan mengaku juga ikut serta dalam merespon informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024. Berbagai respon tersebut, muncul atas bentuk presentasi diri akan preferensi politik terhadap Puan Maharani khususnya pada konteks pemilihan presiden tahun 2024. Bagi informan 1, informan menunjukkan presentasi dirinya

akan preferensi politik atas Puan Maharani melalui berbagai cuitan yang ia keluarkan. Informan 1 sering merespon berita Puan Maharani melalui fitur *retweet with comments* terhadap berita yang muncul tentang Puan Maharani dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 atau melalui *tweet* pribadi yang secara khusus ditujukan kepada Puan Maharani. Bentuk cuitan yang ada, bisa berupa *polling*, opini atau pendapat, kritikan, hingga sindiran yang mana sengaja dilakukan oleh informan 1 untuk memunculkan reaksi dan timbal balik dari pengguna lainnya. Bagi informan 1, ia mengaku bahwasanya ia kontra terhadap Puan Maharani karena dianggap tidak memiliki kompetensi yang mumpuni untuk menjadi calon Presiden. Bagi informan 1, Puan Maharani pun tidak berhasil untuk menjalankan berbagai kewajibannya dengan baik sebagai Ketua DPR RI yang justru menyengsarakan rakyat. Itulah kenapa, informan 1 tidak menunjukkan dukungannya kepada Puan Maharani dan memilih untuk melakukan kritikan atau sindiran kepada Puan Maharani sebagai bentuk presentasi diri akan preferensi politik.

Kemudian bagi informan 2 yang merupakan seorang jurnalis, ada banyak informasi maupun berita yang didapatkan oleh informan berkaitan dengan Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024, seperti kontroversi Puan Maharani yang mematikan *microphone* saat berlangsungnya sidang, tidak mendengarkan orang lain yang mengajukan interupsi, hingga elektabilitas Puan Maharani dalam pemilihan presiden tahun 2024. Menanggapi berbagai informasi tersebut, berita

Puan Maharani menjadi suatu hal yang wajib untuk direspon karena Puan Maharani berasal dari keluarga dengan nama besar dan berpengaruh di Indonesia. Informan 2 mengaku bahwasanya nilai yang dibawa oleh Puan Maharani hingga saat ini tidak memberikan dampak positif dan kebermanfaatannya bagi masyarakat, sehingga informan cenderung mengkritisi Puan Maharani karena berbagai kasus dan kontroversi yang dibuat. Merasa bahwasanya nilai yang dibawa tidak sesuai dengan presentasi diri akan preferensi politik informan, maka informan cenderung kontra terhadap Informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024.

Selanjutnya adalah informan 3 yang mana seorang kritikus pemerintah, informan menyatakan tidak terlalu berfokus pada informasi yang bersifat kontroversi berkaitan dengan Puan Maharani dalam pemilihan presiden tahun 2024. Informan menanggapi struktur PDI Perjuangan yang mendorong Puan Maharani untuk menjadi presiden justru suatu hal yang perlu diapresiasi. Bahkan informan 3 juga menyatakan bahwasanya tim media sosial Puan Maharani juga mengkomunikasikan nilai yang dibawa dengan baik. Kendati demikian, informan 3 juga merespon berkaitan dengan hal tersebut di media sosial Twitter-nya. Informan akan memuji Puan Maharani tatkala pesan yang dibawa baik, serta mengkritisi sekiranya pesan yang dibawa dianggap kurang sesuai oleh informan 3. Hal tersebut dikarenakan informan merasa bahwa segala hal yang baik harus diapresiasi, dan hal yang kurang baik harus dikritisi. Itulah

mengapa, informan menganggap netral berkaitan dengan presentasi diri akan preferensi politik atas Puan Maharani di pemilihan presiden tahun 2024.

Terakhir adalah informan 4 yang merupakan aktivis nasionalis yang mendukung tokoh dari partai PDI Perjuangan, informan menyatakan tidak bisa berkomentar banyak berkaitan dengan berbagai informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024. Terlebih bahasan politik memang ibarat panggung sandiwara bagi informan. Meskipun demikian, informan merasa bahwa Puan Maharani pastinya merupakan sosok yang pintar. Ditambah ia merasa bahwa kampanye yang dilakukan oleh Puan Maharani juga mendapatkan banyak respon, meskipun mungkin dianggap konyol. Meskipun demikian, informan tetap merasa bahwasanya perwujudan presentasi diri akan preferensi politik atas Informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024 tetap harus diperlihatkan. Informan menunjukkannya melalui pendapat yang ditulis dalam cuitan. Hal tersebut karena informan merasa memiliki *followers* yang diibaratkan abu-abu untuk bisa dijadikan sebagai sosok yang juga sama pemikirannya seperti informan.

Dari beberapa pernyataan serta temuan atas para informan kaitannya dengan informasi mengenai Puan Maharani dalam pemilihan presiden tahun 2024 yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwasanya informasi mengenai Puan Maharani dalam pemilihan presiden 2024 mendapatkan berbagai respon yang berbeda dari

para informan. Respon yang berbeda dapat terjadi karena presentasi diri akan preferensi politik dari informan yang berbeda dengan beberapa faktor berkaitan dengan preferensi politik yakni keikutsertaan dalam berpolitik, interaksi dengan lingkungan sekitar, ideologi, nilai yang dianut, pengaruh identifikasi partai politik, hingga personal branding dari Puan Maharani yang sesuai atau tidak dengan para informan. Berbagai respon tersebut, kemudian dituangkan oleh para informan melalui cuitan mereka guna menanggapi informasi tentang informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024 atas presentasi diri yang dibangun oleh para informan.

D. Dampak dan Hambatan Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Presentasi Diri Akan Preferensi Politik

Semua informan dalam penelitian ini merasakan adanya hambatan serta dampak tatkala menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik. Untuk hambatan sendiri, kita ketahui bahwasanya pegiat media sosial sebagai agen yang menyebarkan berbagai macam informasi kepada publik sebagai salah satu media diskusi, memiliki perhatian dan pengawasan lebih tidak hanya oleh masyarakat secara luas, bahkan oleh lembaga pemerintah yang mengatur perundang-undangan.

Melihat pengaruh yang dimiliki oleh pegiat media sosial, hal tersebut menjadikan pegiat media sosial sebagai pusat perhatian dan dalam pengawasan dari berbagai pihak. Hal tersebutlah yang juga menjadi faktor penghambat pegiat media sosial dalam berekspresi kaitannya dengan perwujudan presentasi diri, termasuk dalam hal preferensi politik. Karena seringkali banyak respon atau dampak negatif

yang muncul yang dirasakan mulai dari teguran, *doxing*, *bullying*, bahkan ancaman yang membuat para pegiat media sosial harus lebih bijak dalam menunjukkan presentasi dirinya termasuk akan preferensi politik.

Kendati demikian, bagi para informan sendiri berbagai dampak negatif dari eksternal tersebut tidak menjadi penghambat bagi para informan untuk tetap menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik. Bahkan bukannya berkurang secara penggunaannya, justru berbagai respon tadi semakin meningkatkan penggunaan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik. Tak sedikit itu juga menjadi salah satu media bagi para pegiat media sosial untuk menguji kemampuannya dalam berpendapat dan menyampaikan gagasan kepada publik.

Tidak hanya respon dan dampak negatif, pastinya ada banyak dampak positif yang dirasakan oleh para informan selaku pegiat media sosial tatkala menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik. Karena dari berbagai gagasan yang mereka keluarkan lah, yang kemudian dapat menjadi bahan bagi para informan untuk mendapatkan *power*, terpaan, hingga popularitas di kalangan publik. Hal tersebut pula yang menjadi alasan bagi para informan untuk tetap menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik.

Seperti bagi informan 1 yang merasa sangat terbantu untuk terus belajar dan memahami segala situasi terkini dari berbagai kalangan. Dengan penggunaan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik, informan juga merasa bisa berbagi ilmu kepada khalayak berkaitan dengan politik dan hukum. Kemudian dari berbagai respon

yang muncul, dapat dijadikan sebagai tambahan ide serta referensi untuk membuat segala tulisan di portal berita yang informan bangun yaitu Fusilat.

Selaras dengan informan 1, informan 2 juga merasa bahwa perwujudan presentasi diri akan preferensi politik di media sosial Twitter memberikan kebermanfaatan bagi informan sendiri dan juga orang lain. Informan merasa dapat menyalurkan keberanian hingga kini untuk menunjukkan presentasi dirinya, yang mana hal tersebut juga sekaligus memberikan wadah mimbar demokrasi, serta menyuarakan dan mengajak masyarakat untuk berani kritis dan tidak apatis. Terlebih bagi informan yang sebelumnya tidak berasal dari latar belakang politik dan hukum, memahami serta menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik nyatanya membuat informan semakin melek akan politik dan memahami betapa pentingnya politik dalam kesehariannya.

Sedikit berbeda dengan informan 1 dan informan 2, informan 3 justru mengatakan bahwa informan mendapatkan banyak terpaan tatkala menunjukkan presentasi dirinya akan preferensi politik. Yang mana banyak media dan juga wartawan seringkali mengutip cuitan informan untuk masuk dalam beritanya yang kemudian menjadi perhatian publik dan secara langsung memberikan kritikan maupun masukan kepada pemerintah. Dari situ pula, yang kemudian membuat informan dipercaya menjadi seorang kritikus pemerintah dalam negeri yang memiliki jam terbang cukup tinggi di berbagai media konvensional di Indonesia.

Berbagai keuntungan di atas dirasakan oleh informan 4 yang mana informan mendapatkan banyak jejaring serta relasi dari berbagai kalangan, termasuk tokoh politik dan para aktivis nasionalis. Hal tersebut kemudian membuat nama informan semakin populer di berbagai kalangan. Yang

mana hal tersebut bisa dijadikan informan sebagai elektabilitas tatkala informan ingin kembali terjun dalam partai politik. Tidak hanya itu, dengan menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik di media sosial Twitter juga dapat menunjukkan kompetensi serta kinerja dari informan yang harapannya dapat mengedukasi dan bermanfaat bagi khalayak.

Dari beberapa pernyataan serta temuan atas para informan kaitannya dengan dampak dan hambatan penggunaan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik yang telah dijabarkan, dapat ditemukan bahwasanya berbagai respon pro dan kontra dapat memberikan dampak negatif maupun positif bagi para informan. Yang perlu dilakukan oleh informan adalah menanggapi dengan bijak serta memanfaatkannya dengan baik. Terlebih sebagai seorang pegiat media sosial, informan mendapatkan perhatian lebih karena dianggap memiliki *power* dalam menyampaikan berbagai gagasan serta menunjukkan presentasi dirinya akan preferensi politiknya. Berkenaan dengan hal tersebut, para informan juga sebagai agen yang menyebarkan berbagai macam informasi kepada publik sebagai salah satu media diskusi harus bisa menempatkan diri dengan baik untuk menghindari penyebaran informasi palsu, *hate speech*, dan penistaan berbau suku, agama, dan ras.

KESIMPULAN

Studi tentang penggunaan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik telah sampai pada simpulan penelitian berikut:

a. Tidak selayaknya pengguna media sosial Twitter biasa, para pegiat media sosial memiliki pengaruh lebih kaitannya dengan penyebaran informasi dan komunikasi kepada khalayak. Dengan kredibilitas yang tinggi dari seorang pegiat media sosial, suatu isu dapat membludak dan

menjadi bahan pembicaraan publik khususnya bidang sosial dan politik. Selaras dengan pernyataan di atas, keempat informan juga setidaknya memiliki pengaruh kaitannya dengan penyebaran informasi akan politik dalam negeri melalui media sosial Twitternya. Mulai dari jumlah pengikut yang banyak, banyaknya cuitan yang viral, hingga menjadi *trendsetter* untuk tagar berbau politik dalam negeri.

- b. Para pegiat media sosial memilih Twitter untuk menunjang kebutuhan presentasi diri karena sifat dari Twitter yang memungkinkan partisipasi, keterbukaan, saling terhubung, dan advokasi dari penggunanya. Hal tersebut tertulis pula dalam *What is Sosial Media* oleh Mayfield (2008:32) yang mana media sosial amat penting kaitannya dengan keberlangsungan individu di dalamnya. Keempat informan telah merasakan dan ikut serta secara langsung dalam berbagai aktivitas partisipasi, keterbukaan, saling terhubung, hingga advokasi dari adanya media sosial Twitter.
- c. Selain dari sifat media sosial Twitter seperti yang tertulis dalam *What is Sosial Media* oleh Mayfield (2008:32), berbagai fasilitas dan fitur yang dimiliki oleh Twitter menjadi pembeda sekaligus faktor bagi para pengguna termasuk para pegiat media sosial Twitter untuk menggunakan Twitter hingga sekarang khususnya sebagai media presentasi diri. Beberapa fitur dan fasilitas yang dimiliki oleh Twitter antara lain adalah *tweets*, *retweet*, *fleet*, *space*, *hashtag*, dan *trending topic*. Beberapa fitur dan fasilitas tersebut, bagi para informan memudahkan para penggunanya untuk melakukan diskusi dan melakukan penyebaran informasi dan komunikasi.
- d. Dalam menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri, para penggunanya akan menggunakan strategi khusus guna menunjukkan presentasi dirinya. Berbagai strategi tersebut tertulis dalam *Self*

- Presentation Strategies* oleh Jones (2009) yang mana para pengguna akan menggunakan strategi khusus dalam mengkonstruksi presentasi diri mencakup *ingrations, competences, intimidations, exemplifications, simplifications* yang diperlihatkan melalui profiling, perbuatan, maupun ucapan. Beberapa strategi presentasi diri tersebut, juga digunakan oleh para informan untuk menunjukkan presentasi dirinya di media sosial Twitter. Para informan, menggunakan strategi untuk menunjukkan kekuatan ataupun kredibilitasnya sebagai seorang pegiat media sosial di Twitter.
- e. Pengguna Twitter akan memproduksi pesan kepada khalayak luas berkaitan dengan presentasi diri mereka melalui fitur profil maupun cuitan. Sebelum memproduksi sebuah pesan, para pengguna melalui sebuah tahapan-tahapan sebelum akhirnya pesan tersebut tersampaikan kepada khalayak luas. Tahapan-tahapan yang dilalui oleh para pengguna tersebut adalah proses berfikir, pemilihan diksi dan fitur yang dimiliki Twitter sekaligus upaya untuk mengantisipasi dampak yang mungkin akan ditimbulkan dari pesan-pesan yang mereka sampaikan tersebut terhadap khalayak luas yang menerima pesan tersebut
 - f. Dalam menunjukkan presentasi diri akan preferensi politik, terdapat beberapa indikator yang menyebabkan seseorang condong dalam preferensi politik tertentu. Hal tersebut tertulis dalam *Preference Formation* oleh James N. Druckman dan Arthur Lupia (2000:24) yang menyatakan bahwasanya preferensi politik dapat terjadi karena beberapa pengaruh yang mencakup interaksi, keikutsertaan dalam berpolitik, nilai yang dipegang, ideology, hingga pengaruh identifikasi oleh partai politik. Para informan selaku pegiat media sosial juga mendapatkan pengaruh dari beberapa indikator di atas yang menyebabkan mereka condong dalam preferensi politik tertentu.
 - g. Informasi mengenai Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024 menjadi salah satu berita yang kontroversi dan ramai dibicarakan oleh publik. Termasuk para informan sebagai pegiat media sosial Twitter, informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024 menjadi bahasan yang tidak luput dalam pembahasan mereka. Baik melalui cuitan, *likes*, hingga *profiling* dilakukan oleh para informan untuk menunjukkan *pro* atau *kontra* terhadap Informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024. Mayoritas informan tidak hanya merespon kaitannya dengan Informasi Puan Maharani dalam konteks pemilihan presiden 2024, namun juga berkaitan dengan personal Puan Maharani dalam berpolitik secara umum.
 - h. Para pegiat media sosial memiliki pengaruh lebih kaitannya dengan penyebaran informasi dan komunikasi kepada khalayak, hal tersebut juga menjadi perhatian yang mana para pegiat media sosial mendapatkan pengawasan lebih dari para pengguna lain dari berbagai sisi, bahkan pemerintahan hingga parta politik. Hal tersebut menjadikan pegiat media sosial harus berhati-hati dalam bersikap dan menunjukkan presentasi dirinya akan preferensi politik.
 - i. Sebagai pegiat media sosial, ada beberapa dampak yang sering didapatkan tatkala menggunakan media sosial Twitter sebagai media presentasi diri akan preferensi politik. Tidak hanya bersifat positif seperti apresiasi dari khalayak hingga partai dan tokoh politik yang didukung, tak jarang pula para pegiat media sosial mendapatkan respon yang tidak mengenakan seperti *doxing*, teguran, hingga ancaman dari berbagai pihak yang tidak selaras dengan presentasi diri yang dibawa oleh para pegiat

media sosial. Berbagai respon negatif tersebut juga menjadi hambatan bagi para pegiat media sosial yang mana mengakibatkan mereka harus berhati-hati dan tidak bisa sebebas akun *anonim* dalam menunjukkan presentasi diri akan preferensi politiknya. Termasuk di dalamnya adalah dengan lebih bijak dalam bermedia sosial sehingga terhindar dari penyebaran informasi palsu, isu sara, dan penyebaran hoax.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- Emzir. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif & Kualitatif*. PT Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Babbie, E. 1992. *The Practical of Sosial Research*. 6 th Edition, Wadsworth Publishing Company. Belmont. California.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Neuman, William Lawrence. 2003. *Sosial Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods. 3rd Edition*. Thousand Oaks. Sage Publikations. Inc. California.

Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday. United States.

Heryanto, G. G., & Rumar, S. (2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

Yin, Robert K. 2013. *Studi Kasus Desain & Metode*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Jurnal

- Muslim, M. (2018). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Prasojo, P. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perubahan Budaya Politik. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21(2), 209–218.
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). TWITTER SEBAGAI PLATFORM KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA. *SCAN - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(1), 21–30.
- Setianto, Y. P. (2020). Melihat Perbincangan #Pilpres2019 di Media Sosial dengan Sosial Media Analytics. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 14–33.
- Sujoko, A. (2020). Satirical political communication 2019 Indonesia's presidential election on sosial media. *Informasi*, 50(1), 15–29.
- Dwitama, A. P. J. (2021). DETEKSI UJARAN KEBENCIAN PADA TWITTER BAHASA INDONESIA

- MENGGUNAKAN MACHINE LEARNING: REVIU LITERATUR. *Jurnal Sains, Nalar, Dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 1(1).
- Prasetya, A. (2018). Preferensi Politik pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Kota Madiun. *Pamator Journal*, 11(2).
- Nugroho, Eko. (2019). Teoritisasi Komunikasi Dalam Tradisi Sosiokultural. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 236–253.
- Baumeister, R. F., & Hutton, D. G. (1987). Self-Presentation Theory: Self-Construction and Audience Pleasing. *Theories of Group Behavior*, 71–87.
- Franks, D. D., & Gecas, V. (1992). Autonomy and Conformity in Cooley's Self-Theory: The Looking-Glass Self and Beyond. *Symbolic Interaction*, 15(1), 49–68.
- Ash-Shidiq, M. A., & Pratama, A. R. (2021). Ujaran Kebencian Di Kalangan Pengguna Media Sosial Di Indonesia: Agama Dan Pandangan Politik. *AUTOMATA*, 2(1).
- Apriliani, S. R. (2020). Computer-Mediated Communication sebagai Sarana Presentasi Diri Guru PAUD. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 2(2), 80–94.
- Saptanti, E. I. (2020). Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 262–284.
- Siregar, A. U. (2021). Penggunaan Media Sosial pada Pemilih Pemula dalam Partisipasi Politik Pasca Pemilihan Presiden 2019 di Kota Medan. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(1), 19–26.
- Lane, D. S., Lee, S. S., Liang, F., Kim, D. H., Shen, L., Weeks, B. E., & Kwak, N. (2019). Sosial Media Expression and the Political Self. *Journal of Communication*, 69(1), 49–72.
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did Sosial Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608–630.
- Gustina, H., & Fachri, R. (2015). KORELASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PRESENTASI DIRI MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS RIAU. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 2(2), 1–15.
- Kiousis, S., & Strömbäck, J. (2010). The White House and Publik Relations: Examining The Linkages Between Presidential Communications and Publik Ppinion. *Publik Relations Review*, 36(1), 7 - 14
- Abidin, Y. Z., Khoerunnisa, R., & Ma'arif, A. A. (2018). Aktivitas Kampanye Publik Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 79-96.

Website

Jati, A. S. (2018, Desember 19). *Berita Politik Paling Ramai Beredar di Media Sosial*. Detikinet.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4352921/berita-politik-paling-ramai-beredar-di-media-sosial>

Detikcom, T. (2022, August 26). *Elektabilitas Terkini Puan yang Berharap 2024 Ada Presiden Perempuan*. Detiknews.

<https://news.detik.com/pemilu/d-6255715/elektabilitas-terkini-puan-yang-berharap-2024-ada-presiden-perempuan>

Hidayat, A. (2022, June 24). *Mengapa Elektabilitas Puan Maharani di Pemilihan Presiden 2024 Sulit Didongkrak*. Tempo.

<https://koran.tempo.co/read/nasional/474699/mengapa-elektabilitas-puan-maharani-di-pemilihan-presiden-2024-sulit-didongkrak>

Indonesia, C. (2022, September 29). *Misi Puan Kudu Gas Pol Kejar Elektabilitas Capres 2024*. Nasional.

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220929062638-32-853996/misi-puan-kudu-gas-pol-kejar-elektabilitas-capres-2024>

Nurita, D. (2022, August 27). *Puan Maharani Sebut akan Ada Lagi Presiden Perempuan di 2024*. Tempo.

<https://nasional.tempo.co/read/1627367/puan-maharani-sebut-akan-ada-lagi-presiden-perempuan-di-2024>

Paat, Y. (2022, May 10). *Pilpres 2024, Elektabilitas PDIP Jadi Modal Besar Puan Maharani*. beritasatu.com.

<https://www.beritasatu.com/news/925545/pilpres-2024-elektabilitas-pdip-jadi-modal-besar-puan-maharani>

Sihombing, R. F. (2022, August 25). *Puan: Inshaallah 2024 Ada Lagi Presiden Perempuan*. Detiknews.

<https://news.detik.com/pemilu/d-6254624/puan-insyaallah-2024-ada-lagi-presiden-perempuan>