

**Twitter sebagai Media Pertunjukan Diri Figur Publik
melalui *Tweet* dengan Tema Isu Pemilihan Presiden 2014
(Analisis Semiotika Akun Twitter
@AHMADDHANIPRAST dan @GlennFredly)
Ria Rahmawati
14030110120047**

ABSTRAKSI

Twitter merupakan media sosial yang berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi. Kemudahan yang diberikan Twitter membuat fungsi Twitter digunakan sebagai ajang pertunjukan diri dari para penggunanya untuk menginformasikan hal-hal yang bersifat umum hingga pribadi. Figur publik atau selebritis adalah tokoh yang paling banyak memiliki *followers* atau pengikut dalam akun Twitter. Hal ini memberi kesempatan pada para figur publik untuk menunjukkan diri mereka. Pada tahun 2014, banyak dari beberapa figur publik yang berusaha menunjukkan diri sebagai orang yang peduli dengan masalah politik dengan *posting tweet* bertema isu pemilihan presiden (Pilpres) 2014. Beberapa dari mereka adalah musisi Ahmad Dhani (@AHMADDHANIPRAST) dan Glenn Fredly (@GlennFredly).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pertunjukan diri pemilik akun Twitter @GlennFredly dan @AHMADDHANIPRAST melalui isu-isu politik tentang pemilihan presiden 2014 yang mereka *posting*. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistis dan tradisi semiotika untuk mengkaji dan mendeskripsikan teks *tweet* bertema isu Pilpres 2014 dari akun Twitter @AHMADDHANIPRAST dan @GlennFredly. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Interaksi Sosial, Teori Dramaturgi, Teori Stratifikasi Sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Twitter @AHMADDHANIPRAST dan @GlennFredly melakukan pertunjukan diri di Twitter sebagai orang yang peduli dengan isu Pilpres 2014 yang sedang berkembang. Dhani menunjukkan diri sebagai orang yang mendukung pasangan Prabowo-Hatta dengan *posting tweet* isu Pilpres 2014 seperti pelanggaran HAM yang melibatkan Prabowo, Jokowi yang dinilai sebagai capres boneka, hingga ketegasan sebagai kriteria pemimpin yang baik. Sedangkan @GlennFredly menunjukkan diri sebagai orang yang mendukung pasangan Jokowi-JK dengan *posting tweet* isu Pilpres 2014 seperti kekuasaan ditahun 1998, rapor merah kepemimpinan SBY dengan latar belakang militer yang mempunyai sifat tegas, hingga seragam Nazi yang dipakai Ahmad Dhani dalam video klip dukungan untuk Prabowo-Hatta.

Keyword: *Twitter, Politik, Pertunjukan Diri*

***Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro Semarang***

ABSTRACT

Twitter is social media that serves as a medium of communication and information. The ease of twitter makes function twitter used as a media to show the users to inform things generally and personally. Public figures or celebrities are the most widely having followers in twitter account. It gives opportunity to the candidates for public to show themselves. In 2014, many public figures trying to show that they cared about political issues by giving post entitled issue presidential election on 2014. Some of them are musicians Ahmad Dhani (@AHMADDHANIPRAST) and Glenn Fredly (@GlennFredly).

This research aimed to show how exist the owner of twitter account @GlennFredly and @AHMADDHANIPRAST through political issues about presidential election 2014. Researchers used konstruktivis paradigm and tradition logician to study and described the text tweets entitled the issue of the presidential election 2014 of twitter account @AHMADDHANIPRAST and @GlennFredly. The theory that is used in this research is the theory of social interactions, the dramaturgy theory, stratification social theory.

This research result indicates that @AHMADDHANIPRAST and @GlennFredly twitter accounts show that they are concerned with the issue of the presidential election 2014. Dhani shows that his favorite candidate is Prabowo-Hatta by posting tweets the issue of the presidential election 2014 as violations of human rights that involves soenirman, Jokowi that is valued as a puppet candidate, until explicitness as major criteria a good leader. While @GlennFredly shows his favorite candidate are Jokowi-JK by posting tweets the issue of the presidential election in 2014 as 1998 ascendancy bad track record of leadership with military background, until Nazi uniform worn by Ahmad Dhani in his Prabowo-Hatta video clip campaign.

Keyword: *Twitter, Politic, Presentation of Self*

Latar Belakang

Kegiatan komunikasi dan pencarian informasi semakin lebih mudah setelah adanya internet. Internet sendiri, pada awalnya dikembangkan untuk melanjutkan penelitian senjata dalam perang nuklir. Di internet, seseorang dapat berkomunikasi dengan orang yang berada di seluruh belahan dunia dengan biaya yang relatif terjangkau. Segala macam informasi juga dapat

dengan mudah diperoleh melalui internet. Portal, e-commerce, situs hiburan, dan media sosial adalah kategori terkemuka saat ini (Straubhaar, Larose, dan Davenport, 2012: 278). Itulah yang menyebabkan internet mulai banyak diminati oleh sebagian besar orang.

Media sosial merupakan salah satu konten internet yang paling banyak diminati untuk saat ini. Media sosial adalah media yang isinya

diciptakan dan didistribusikan melalui interaksi sosial (Straubhaar, Larose, dan Davenport, 2012: 536). Salah satu jejaring sosial yang paling banyak diminati saat ini adalah Twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweets*). Hal ini membedakan Twitter dengan jejaring sosial lainnya yang tidak membatasi postingan. Situs pesan 140 karakter ini diperkenalkan pada tahun 2006, dan sekarang lebih dari 200 juta pengguna per bulan mem-*posting* 140 juta tweet setiap harinya (Cross, 2011: 51).

Kehadiran jejaring sosial seperti Twitter memberikan ruang yang luas untuk individu (*user*) berekspresi dalam menampilkan diri masing-masing. Mayoritas orang memilih Twitter, karena Twitter adalah cara gratis dan mudah untuk mengirim pesan dan menciptakan penonton instan untuk membaca dan mendengarkan celotehan mereka. Umpan balik seketika adalah saat teman-teman dan juga *followers*-nya membiarkan mereka tahu tentang apa yang sedang terjadi sepanjang pagi hingga malam (Cross, 2011: 52).

Selain tweet pribadi, terkadang mereka juga memberikan komentar tentang suatu isu yang beredar melalui akun Twitter-nya. Mulai dari isu pendidikan, isu kesehatan, isu sosial, sampai dengan isu politik.

Salah satu isu yang hangat di tahun 2014 ini adalah isu mengenai pemilihan presiden (Pilpres) 2014. Pilpres yang berlangsung 5 tahun sekali ini cukup banyak menyita perhatian publik. Tak jarang banyak orang biasa hingga figur publik atau selenitis memberi komentar dan tanggapan mengenai isu ini di Twitter.

Hal apakah yang mendasari para figur publik ini selalu menunjukkan kepeduliannya terhadap isu politik? Ini menjadi pertanyaan yang cukup menarik. Dilihat dari jumlah *followers* yang mengikuti akun @GlennFredly dan @AHMADDHANIPRAST memang sangat banyak. Tentunya setiap *tweet* yang mereka *posting* akan terlihat serta terbaca oleh para *followers* mereka. Akun Twitter dari @GlennFredly menunjukkan bahwa ia adalah orang yang sangat peduli pada isu-isu sosial dan politik. Terlihat dari avatar atau *profile picture* yang dipasang merupakan gambar Alm. Gusdur bukan gambar dirinya sendiri. Ini menunjukkan bahwa ia adalah salah satu pengagum Alm. Gusdur yang merupakan salah satu tokoh politik. Isi dari *tweet* yang dibahas oleh @GlennFredly sangat terlihat ia sangat peduli dengan isu politik. Sama halnya dengan isi tweet dari akun Twitter @AHMADDHANIPRAST. Ahmad Dhani menunjukkan bahwa ia juga peduli dengan isu-isu politik di negeri

ini. Ahmad Dhani selalu menunjukkan kepeduliannya terhadap bangsa dan negara ini untuk memilih dan mengenal calon presiden yang tepat.

Isu politik yang berkembang untuk saat ini adalah mengenai isu pemilihan presiden atau lebih dikenal dengan isu pilpres. Menjelang pemilihan umum presiden tahun 2014 ini, isu pilpres mulai banyak dibicarakan oleh semua orang. Isu politik merupakan suatu kabar mengenai peristiwa yang terjadi, yang menyangkut masalah politik. Isu politik tentang pemilihan presiden sendiri yaitu kabar-kabar yang disebarakan melalui suatu medium tertentu tentang segala hal mengenai pemilihan presiden seperti latar belakang calon presiden, beberapa kasus yang mulai diungkapkan ke media, hingga masalah-masalah yang terjadi menjelang pilpres. Sebut saja isu dugaan keterlibatan Jokowi dalam kasus korupsi Trans Jakarta, dan isu bahwa Prabowo adalah sosok yang anti terhadap orang Tionghoa. Isu-isu tersebut kurang lebih memicu pendapat dan kritik dari berbagai kalangan. Banyaknya isu yang muncul menjelang pemilihan presiden tahun 2014 ini membuat masyarakat, tokoh politik, hingga para figur publik mulai menunjukkan kritik, pendapat, serta dukungannya terhadap salah satu pasangan calon presiden. Beberapa figur publik tersebut adalah Glenn Fredly dan Ahmad Dhani.

Mereka menunjukkan aspirasi mereka melalui sebuah *tweet* pada akun Twitter yang mereka miliki.

Pertunjukan diri adalah menampilkan diri sendiri dalam situasi sehari-hari, mengungkapkan informasi kepada orang lain baik secara sadar maupun tidak sadar (Macionis, 2012: 127). Pertunjukan diri dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan atau menampilkan bahwa dirinya ingin dikenal sebagai seseorang yang seperti apa.

Pertunjukan diri di jejaring sosial Twitter ini mirip dengan pertunjukan drama di panggung sandiwara. Seorang aktor yang memainkan perannya di suatu sandiwara akan berhasil apabila penonton melihat aktor tersebut sesuai dengan sudut pandang yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut. Sama halnya dengan drama yang dimainkan oleh pengguna Twitter. Mereka berusaha untuk merancang penampilan dirinya dengan menunjukkan apa yang ingin ia tunjukkan kepada audience atau penonton (dalam hal ini *followers*). Mereka berusaha menunjukkan siapa dirinya dengan *tweet* yang diupdate setiap jam dari pagi hingga malam hari. Setiap manusia berusaha untuk membuat pertunjukan dramanya sendiri. Karena Twitter adalah ranah dunia maya, bentuk komunikasinya yang digunakan juga tidak langsung. Dan secara tidak langsung para pengguna Twitter ini berusaha

merekayasa identitas diri mereka selayaknya seorang aktor drama. Karena, apa yang ada di dunia maya belum tentu sama dengan apa yang ada di dunia nyata. Apa yang diupdate di Twitter belum tentu sama dengan apa yang terjadi sebenarnya. Hal itu hanyalah upaya dari pertunjukan diri yang dilakukan pengguna Twitter supaya ingin dikenal sebagai orang seperti apakan di jejaring sosial 140 karakter ini.

Tujuan

Berdasarkan deskripsi di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pertunjukan diri pemilik akun Twitter @GlennFredly dan @AHMADDHANIPRAST melalui isu-isu politik tentang pemilihan presiden 2014 yang mereka posting.

Signifikansi Penelitian

a. Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi dalam mengkaji teori interaksi sosial dan teori Erving Goffman tentang analisis dramaturgi "*Presentation of Self*" kehidupan sehari-hari yang akan dimediasikan ke media sosial Twitter.

b. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para *endorser* yang akan mendukung salah satu calon presiden dalam kampanye pemilu.

c. Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada khalayak bahwa interaksi sosial tidak bersifat spontan, melainkan bersifat terencana.

Paradigma

Paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi.

Kerangka Teori

1. Interaksi Sosial

Manusia adalah makhluk sosial. Ini berarti bahwa manusia tentu tidak bisa memisahkan hidupnya dengan orang lain. Manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri tanpa peran individu lainnya. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan bantuan orang lain untuk mempertahankan hidupnya.

Untuk menjalankan perannya sebagai makhluk sosial, manusia perlu suatu proses interaksi sosial dengan orang lain untuk bertahan hidup. Interaksi sosial adalah proses di mana perilaku salah satu aktor dengan sadar mempengaruhi aktor lainnya (Turner, 1988: 13).

Setiap orang akan terus berinteraksi untuk dapat terus bertahan hidup. Seseorang yang menjalani hidup itu layaknya seperti

aktor yang sedang tampil di panggung. Erving Goffman menyebutnya sebagai analisis dramaturgi. Analisis dramaturgi menawarkan konsep baru yang dilihat dari status dan peran (Macionis, 2012: 132).

Penampilan melibatkan gabungan antar keyakinan dengan sinisme. “Bagian depan” merupakan bagian penampilan di mana seorang aktor menggunakannya secara umum dan pasti untuk mendefinisikan situasi bagi mereka yang mengamati penampilan tersebut (Zeitlin, 1995: 293). Sebagaimana yang dapat diperkirakan, perspektif dramaturgis itu menyatakan bahwa tindakan-tindakan yang terjadi tersebut biasanya terjadi dalam suatu “*setting*” yang telah melibatkan bagian-bagian panggung dengan perangkat lainnya yang bersifat ekspresif. Sedangkan “*personal front*” (bagian depan seseorang) berkaitan dengan ekspresif yang selalu melekat pada sang aktor di mana pun ia pergi, misalnya jenis kelamin, umur, karakteristik sosial, postur, pola berbicara, mimik wajah, dan lain sebagainya. Secara khusus kita akan menemukan suatu konsistensi antara *setting*, penampilan diri, dan perilaku.

“Wilayah depan (*front stage*)” adalah suatu wilayah di mana tim tersebut menghadirkan penampilan mereka sebagaimana yang dikehendaki oleh para penonton. Sebaliknya, “wilayah belakang (*back stage*)” adalah sebagai suatu tempat di mana kesan-kesan yang dibentuk melalui penampilan berbeda dengan permasalahan yang sebenarnya.

2. Perkembangan Media Baru

Media baru merupakan produk teknologi komunikasi yang datang dimediasikan bersama komputer digital. Beberapa teknologi yang termasuk dalam media baru antara lain: Internet dan World Wide Web, Televisi digital, Cinema Digital, Komputer Personal (PC), dll. (Creeber dan Martin, 2009: 2). Internet biasanya diidentifikasi dengan media baru. Internet adalah bagian dari media baru yang selalu berubah dari waktu ke waktu, hingga para kritikus berpendapat bahwa kini internet memasuki tahap baru dalam perkembangannya. Teknologi media baru dapat melakukan fungsi lebih dalam konteks yang bervariasi, seperti mengakses internet dari *mobile telephone* untuk mengirim gambar ke jejaring sosial. Lingkungan *online* dalam internet sekarang menawarkan kesempatan untuk koneksi sosial dan interaktivitas misalnya melalui blog, wiki, dan sistem jaringan sosial dan teknologi.

Kemunculan media baru, seakan menandai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Media baru telah mengubah konsep media. Dari media yang bersifat komunikasi massa hingga berbagai media yang berkisar dari jangkauan yang sangat luas hingga yang sangat pribadi (Littlejohn, 2009: 413).

Blog, Twitter, dan jaringan media sosial di *World Wide Web* memiliki keterbukaan percakapan untuk mengekspresikan diri dengan mudah. Twitter adalah jejaring sosial yang dapat menyampaikan pesan teks dalam 140 karakter. Situs pesan 140 karakter ini diperkenalkan pada tahun

2006, dan sekarang lebih dari 200 juta pengguna per bulan mem-*posting* 140 juta tweet setiap harinya (Cross, 2011: 51). Setiap orang yang memiliki akun Twitter dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman hingga kerabatnya melalui jejaring sosial Twitter.

Jaringan media sosial seperti Twitter tampaknya melegitimasi pembicaraan mengenai diri sendiri (Cross, 2011: 5). Survey Sysomos menemukan bahwa semakin banyak pengikut (*followers*) yang kita miliki, maka kita akan semakin sering untuk menge-*tweet* (Cross, 2011: 54). Ini semakin menegaskan bahwa Twitter juga digunakan sebagai media pertunjukkan diri oleh para penggunanya.

3. Komunikasi Politik dalam Media Baru

Aristoteles melihat politik sebagai seni mengendalikan dan mengamankan beragam kepentingan dalam negara (Scruton, 2007: 535). Kebanyakan negara baru ingin cepat mengadakan pembangunan untuk mengejar keterbelakangannya, karena dianggap bahwa berhasil tidaknya pembangunan bergantung pada partisipasi rakyat. Ikut sertanya masyarakat akan membantu penanganan masalah-masalah yang ditimbulkan oleh perbedaan-perbedaan etnis, budaya, status sosial, ekonomi, agama, dan sebagainya. Integrasi nasional, pembentukan identitas nasional, serta loyalitas kepada negara diharapkan akan ditunjang pertumbuhannya melalui partisipasi politik (Budiardjo, 2008: 382-383).

Partisipasi politik dapat didefinisikan sebagai kegiatan warga negara yang bertujuan untuk mempengaruhi keputusan politik (Kaid dan Bacha, 2008: 531). Partisipasi politik mengacu pada orang-orang yang menjalankan peran mereka sebagai warga negara biasa dan bukan sebagai politisi.

Konsep komunikasi politik adalah hubungan antara pemilih dengan perilaku memilih (Foster, 2010: 4). Berkomunikasi dengan pemilih bertujuan untuk mendorong mereka supaya memilih golongan, partai, atau kandidat tertentu dalam suatu pemilihan umum. Komunikasi politik melibatkan pesan-pesan dan aktor-aktor politik yang berhubungan dengan kekuasaan dan kebijakan pemerintah. Komunikasi politik biasanya identik dengan bujukan dan rayuan. Oleh karena itu, banyak politisi yang berlomba-lomba menyusun proses komunikasi politik yang efisien untuk mendapatkan dukungan.

Kesempatan yang diberikan oleh teknologi internet telah memperluas ruang lingkup dan partisipasi politik. Pengalaman dari demokrasi digital menunjukkan bahwa jumlah pemilih dapat meningkat jauh (Kaid dan Bacha, 2008: 532). Teori awal potensi demokratis dari internet menyarankan agar media ini juga bisa menjadi sumber alternatif informasi yang kuat untuk suara-suara oposisi. Namun, analisis empiris lebih baru menunjukkan bahwa internet hanya menjadi media lain yang memperkuat media lainnya (Votmer, 2006: 83). Media dipandang sebagai sumber utama dari elemen konstitutif di mana

identitas dibangun, hubungan sosial dimediasi dan budaya pemuda diciptakan (Axford dan Huggins, 2001: 129).

Metodelogi Penelitian

a. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan semiotika Roland Barthes.

b. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah *tweet* dari beberapa figur publik yang membahas isu-isu politik seperti @Glennfredly dan @AHMADDHANIPRAST dalam periode waktu Juni 2014 hingga Juli 2014. Periode tersebut dipilih berdasarkan alasan bahwa bulan Juni hingga Juli 2014 adalah bulan-bulan pemilu pemilihan presiden tahun 2014.

c. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengamatan secara langsung beberapa *tweet* para figur publik yang membahas isu-isu politik di media sosial Twitter pada periode waktu Juni hingga Juli 2014.

d. Analisis Data

Analisis Sintagmatik

Analisis sintagmatik menekankan pentingnya hubungan teoretis antar tanda-tanda satu sama lain. Analisis sintagmatik mempelajari sebuah struktur teks dan hubungan antara bagian-bagiannya. Analisis

sintagmatik berupaya melihat teks sebagai rangkaian peristiwa yang membentuk sejumlah naratif atau cerita. Studi tentang hubungan sintagmatik mengungkapkan konvensi atau aturan kombinasi yang mendasari produksi dan interpretasi teks. Penggunaan satu struktur sintagmatik dapat mempengaruhi arti teks tertentu (Chandler, 2007: 109).

Analisis Paradigmatik

Analisis paradigmatik melibatkan, membandingkan, dan mengkontraskan masing-masing penanda yang hadir dalam teks dengan penanda yang ada di kondisi yang sama, yang mungkin telah dipilih serta mempertimbangkan signifikansi dari pilihan yang telah dibuat. Hal ini dapat meningkatkan setiap semiotika tertentu, dari pilihan kata ke tingkat gaya. Analisis hubungan paradigmatik membantu untuk menentukan nilai dari item tertentu dalam teks. Roland Barthes menggunakan uji pergantian untuk membagi teks menjadi beberapa minimal unit yang signifikan. Untuk menerapkan tes ini, sebuah penanda dari teks tertentu dipilih. (Chandler, 2007: 87).

Kesimpulan

Analisis sintagmatik pada *tweet* Dhani, terlihat lebih banyak menggunakan kata-kata perumpamaan dan kasar. Tidak jarang Dhani kerap menggunakan huruf kapital untuk mempertegas makna kata yang dituliskannya, karena dalam Twitter tidak ada karakter huruf cetak miring ataupun cetak tebal. Dhani juga sering menyelipkan huruf ADP dalam setiap *tweet*-nya yang berfungsi sebagai penanda bahwa *tweet* tersebut dibuat

sendiri oleh ADP (Ahmad Dhani Prasetyo). Sedangkan analisis paradigmatis dari *tweet* Dhani, terlihat sering menggunakan majas metafora, ironi, dan sarkasme untuk mengungkapkan apa yang ingin ditulisnya. Dhani juga beberapa kali menggunakan analisis implikatur untuk menyindir Jokowi dan membanggakan Prabowo.

Sehingga dari penjelasan sintagmatik dan paradigmatis dari *tweet* Dhani, menjelaskan bahwa Dhani sedang melakukan pertunjukan diri di Twitter melalui isu Pilpres 2014 dengan mengelola panggung depannya (*front stage*). *Tweet* Dhani yang kasar dan frontal kerap mendapatkan perhatian dan kecaman dari masyarakat hingga media. Di hadapan media, Dhani adalah sosok musisi yang *ceplas-ceplos* dalam berbicara. Apalagi pada saat sebelum pemilu Pilpres 2014, Dhani kerap menggunakan kata-kata yang frontal dan kasar untuk mengejek dan menjatuhkan pihak lawan dalam mendukung capres dan cawapres dukungannya. Bisa jadi, Dhani men-*setting* segala bentuk perilaku dan penampilan dirinya di hadapan media dengan berbicara frontal dan kasar, hanya untuk mendapatkan perhatian dari publik dan *followers*-nya di Twitter. Dalam mendukung Prabowo sebagai presiden, upaya Dhani untuk mendapat perhatian publik dalam menyerukan dukungannya tersebut bisa dikatakan berhasil. Banyak *tweet* Dhani dengan tema isu pilpres 2014 yang mengundang protes dan kritikan dari khalayak. Dhani kerap mengejek Jokowi dengan kata dan bahasa yang kasar. Pertunjukan diri yang dilakukan Dhani ingin menimbulkan kesan berani. Di panggung depan

(*front stage*), Dhani terlihat seperti lelaki yang berani, terbukti dengan kefrontalannya berbicara di media. Seakan-akan Dhani terkenal di media, baik media konvensional maupun media sosial karena kontroversinya, bukan prestasi. Sedangkan di panggung belakang (*back stage*), kita tidak mengetahui secara pasti apakah Dhani memang sosok yang seperti itu atau tidak. Karena biasanya orang di panggung depan dan belakang sangat berbeda 180 derajat.

Analisis sintagmatik pada *tweet* Fredly, terlihat sering menggunakan kata sapaan dan istilah gaul atau bahasa sehari-hari. Tidak jarang Fredly juga kerap menggunakan huruf kapital untuk mempertegas makna kata yang dituliskannya. Sedangkan analisis paradigmatis dari *tweet* Fredly, terlihat sering menggunakan majas antitesis untuk mengungkapkan makna yang berlawanan, majas ironi untuk menyindir secara halus, majas metafora untuk membandingkan 2 hal, dan majas sinedoke untuk menyatakan keseluruhan unit. Fredly juga beberapa kali menggunakan analisis implikatur untuk memuji sosok Jokowi.

Sehingga dari penjelasan sintagmatik dan paradigmatis dari *tweet* Fredly, menjelaskan bahwa Fredly sedang melakukan pertunjukan diri di Twitter melalui isu Pilpres 2014 dengan mengelola panggung depannya (*front stage*). Fredly berupaya untuk mengatur perilakunya di media sosial Twitter supaya terlihat seperti figur publik yang ramah dan santun. Berbeda dengan Dhani, dalam mengelola panggung depannya ini, Fredly menggunakan cara yang lebih beretika dalam berbicara di media. Kicauan Fredly di media sosial

Twitter sangat jarang mendapatkan perhatian publik di media konvensional. Selama masa kampanye pilpres 2014, Fredly lebih menjaga perilaku untuk tidak frontal dan berbicara kasar di media. Fredly seperti ingin menunjukkan diri kepada para *followers*-nya sebagai musisi yang lebih beretika dan bermoral baik. Sepertinya, dalam mendukung Jokowi sebagai presiden, Fredly sangat menjaga etika tata bahasa yang digunakan di media sosial Twitter. Pertunjukan diri yang dilakukan Fredly ingin menimbulkan kesan sebagai figur publik sopan dan bermoral. Fredly tidak pernah menggunakan kata atau bahasa yang kasar. Tidak seperti Dhani yang kurang bermoral karena sering berbicara frontal dan kasar dalam mengejek pihak lawan. Sedangkan di panggung belakang (*back stage*), kita juga tidak mengetahui secara pasti apakah Fredly adalah sosok yang seperti itu atau tidak.

Rekomendasi

a. Rekomendasi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran dan gagasan ilmiah, serta mampu mengembangkan kajian-kajian teks yang berkaitan dengan media sosial Twitter. Di mana pemilik akun Twitter tertentu mampu melakukan dan menerapkan teori *Dramaturgi* yang berguna menunjukkan diri supaya dikenal dan dinilai sebagai orang yang seperti apa oleh *followers*-nya di media sosial Twitter. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu rekomendasi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian dengan

kajian semiotika, khususnya di bidang media sosial seperti Twitter.

b. Rekomendasi Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kritik kepada para *endorser* atau juru kampanye yang akan mendukung salah satu calon presiden dalam kampanye pemilu sehingga dapat menuliskan *tweet* atau kata-kata yang sopan dan tidak menjelek-jelekkkan pihak lawan di media sosial. Karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk kampanye negatif dan bisa juga dinilai sebagai bentuk pencemaran nama baik di media sosial.

c. Rekomendasi Sosial

Melalui dengan penelitian ini, diharapkan khalayak dapat memahami bahwa berinteraksi sosial tidak bersifat spontan, tetapi bersifat terencana. Selain itu, diharapkan kepada khalayak pengguna media sosial untuk menambah literasi media sebagai pedoman dalam berinteraksi di media sosial.