

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK KETUA DPRD DKI JAKARTA PADA KONSTITUEN DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK**Fransisika Silolongan, Ambarwati, Novianty Elizabeth Ayuna**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Jayabaya

Fransiskasilolongan22@gmail.com, sutaryanifisif@gmail.com,

noviyantiayuna@gmail.com

Abstrak

Media sosial facebook berperan penting dalam strategi komunikasi politik anggota legislatif dengan konstituennya. Anggota legislatif dapat memanfaatkan fitur-fitur media sosial ini untuk berinteraksi dengan konstituen, menyampaikan pesan politika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisis deskriptif dan menggunakan paradigm interpretatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Informan dalam penelitian ini adalah Ketua DPRD DKI Jakarta. Kesimpulan penelitian ini yaitu strategi komunikasi politik yang dilakukan Ketua DPRD DKI Jakarta dengan mengunggah konten yang berhubungan dengan kegiatan sehari-hari di Facebook dan juga media social lainnya. Manfaat yang didapatkan ketua DPRD dengan menggunakan media sosial Facebook adalah bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Facebook, Ketua DPRD DKI Jakarta, Media Baru

Abstract

Facebook plays a crucial role in the political communication strategy of legislative members with their constituents. Legislative members leverage the features of this social media platform to interact with their constituents and convey political messages. This research adopts a qualitative approach with a descriptive analysis model and an interpretative paradigm. The data collection technique involves structured interviews. The informant for this study is the Chairman of the Jakarta Regional People's Representative Council (DPRD). The conclusion of this research is that the political communication strategy employed by the Chairman of the Jakarta DPRD involves uploading content related to daily activities on Facebook and other social media platforms. The benefit obtained by the Chairman of DPRD through Facebook is the ability to communicate anytime and anywhere.

How to cite:Fransisika Silolongan, Ambarwati, Novianty Elizabeth Ayuna (2023), Strategi Komunikasi Politik Ketua DPRD DKI Jakarta pada Konstituen dengan Memanfaatkan Media Sosial Facebook, (5) 8, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>**E-ISSN:**[2684-883X](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)**Published by:**[Ridwan Institute](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)

Keywords: *Political Communication Strategy, Facebook, Chairman of Jakarta Regional People's Representative Council (DPRD), New Media.*

PENDAHULUAN

Dalam era demokrasi, pengisian jabatan publik, termasuk di dalamnya anggota legislatif, melalui partai politik dan pemilihan umum (Pemilu) telah menjadi praktek umum (Arrsa, 2014). Dalam konteks ini, internet dan media sosial telah memainkan peran yang semakin signifikan dalam proses komunikasi politik (Indrawan & Ilmar, 2020). Internet dianggap sebagai medium baru dalam komunikasi politik yang mempengaruhi transformasi sosial dan politik dalam masyarakat. Internet tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan memengaruhi kebijakan politik (Hidayati, 2021). Dalam kaitannya dengan Indonesia, internet dan media sosial memiliki dampak yang besar terhadap komunikasi politik dan partisipasi publik (Susanto, 2017). Internet telah membentuk paradigma baru dalam politik dan menjadi alat strategis untuk mendapatkan dukungan politik, memperluas jangkauan konstituen, dan membangun citra positif anggota legislatif. Salah satu platform yang signifikan dalam ranah ini adalah media sosial Facebook (Weninggalih & Fuady, 2021). Penggunaan Facebook terus meningkat seiring waktu. Berdasarkan laporan akhir tahun 2019, jumlah pengguna Facebook mencapai 2,4 miliar, dengan rata-rata 1,62 juta pengguna yang login dan menggunakan layanan setiap harinya (Rohajawati et al., 2022). Mayoritas pengguna Facebook adalah pengguna perangkat mobile, mencapai sekitar 94 persen. India dan Indonesia merupakan dua negara dengan jumlah pengguna Facebook terbesar, dengan India memiliki sekitar 260 juta pengguna dan Indonesia sekitar 120 juta pengguna (Wahyuni, 2018). Media sosial Facebook telah berkembang dari sekadar jaringan sosial menjadi media hiburan, bisnis, dan komunikasi politik (Sauyai et al., 2017). Dengan dukungan komunitas pengguna yang luas, Facebook mampu menjembatani interaksi antara anggota legislatif dan konstituen. Dalam konteks inilah pentingnya penelitian ini dalam menganalisis strategi komunikasi politik ketua DPRD DKI Jakarta melalui media sosial Facebook

METDOE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisis deskriptif dan menggunakan paradigm interpretatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Informan dalam penelitian ini adalah Ketua DPRD DKI Jakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, diberikan gambaran umum tentang lokasi penelitian yaitu Gedung DPRD Provinsi DKI Jakarta. Gedung ini memiliki sejarah panjang sebagai tempat kegiatan legislatif di tingkat daerah. Berlokasi di Jl. Kebon Sirih No.18, Jakarta Pusat, gedung ini terletak dengan aksesibilitas baik, dekat dengan pusat pemerintahan dan institusi penting di Jakarta. Gedung ini telah mengalami perubahan struktur dan renovasi

untuk memenuhi kebutuhan modern. Gedung DPRD DKI Jakarta memiliki peran sentral dalam proses politik dan kebijakan di tingkat daerah.

Selain menjadi tempat berkumpul anggota legislatif untuk menyusun dan mengesahkan peraturan daerah, juga tempat interaksi dengan pemerintah daerah, masyarakat, dan pihak-pihak terkait lainnya. Fasilitas modern seperti teknologi komunikasi dan sumber daya audio-visual tersedia untuk mendukung kegiatan politik di gedung ini. Pemilihan anggota DPRD DKI Jakarta dilakukan pada Pemilu 2019 dan komposisi anggotanya berasal dari 10 partai politik (Yusuf, 2019).

Ketua DPRD DKI Jakarta memanfaatkan media sosial Facebook sebagai alat strategi komunikasi politik untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan legislatif, penelitian politik, program-program yang dilaksanakan, serta berinteraksi dengan masyarakat (Alam, 2021). Melalui Facebook dapat berdialog dan berdiskusi langsung dengan konstituen, memberikan transparansi dalam tugas dan kegiatan politik dan memperluas jangkauan komunikasi (Sjoraida et al., 2021). Bagian ini memberikan konteks penting tentang tempat penelitian, peran gedung DPRD DKI Jakarta dalam politik daerah, dan bagaimana Ketua DPRD DKI Jakarta memanfaatkan media sosial Facebook sebagai alat komunikasi politik yang efektif.

Penelitian ini berupaya menghasilkan temuan baru yang dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan dalam bidangnya, dan pada akhirnya, kesimpulan akan diambil untuk mengungkap Penelitingan baru mengenai strategi komunikasi politik Ketua DPRD DKI Jakarta melalui media sosial Facebook.

Dalam bagian ini, disajikan identitas dari informan kunci

H. Prasetyo Edi Marsudi, SH

Lahir pada 13 Mei 1962, Prasetyo Edi Marsudi adalah seorang politisi Indonesia yang saat ini menjabat sebagai Ketua DPRD DKI Jakarta sejak 26 September 2014. Sebelumnya, beliau juga telah menjadi Anggota DPRD DKI Jakarta sejak tahun 2013. Prasetyo Edi Marsudi berasal dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan).

Temuan Data

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak H. Prasetyo Edi Marsudi, SH selaku Ketua DPRD DKI Jakarta dalam kaitannya dengan tujuan pertama penelitian ini menunjukkan keterkaitan dengan konsep strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Ketua DPRD DKI Jakarta dalam berinteraksi dengan konstituen melalui media sosial Facebook. Ini merujuk bagaimana Prasetyo Edi Marsudi menggunakan Facebook sebagai alat berkomunikasi dengan konstituennya. Ini mengacu pada manfaat konkret yang diperoleh oleh Prasetyo Edi Marsudi dalam menggunakan Facebook sebagai alat strategi komunikasi politik kepada konstituennya. Dengan demikian, dari hasil wawancara tersebut mencerminkan penggunaan paradigma interpretatif dalam penelitian ini. Paradigma ini menekankan pada pemahaman mendalam terhadap makna dan interpretasi dari informan kunci. Dalam kasus ini, peneliti secara rinci menggambarkan penelitian dan pengalaman Prasetyo Edi Marsudi terkait penggunaan Facebook sebagai alat komunikasi politik. Dalam hasil wawancara tersebut juga terdapat kaitan dengan teori Komunikasi

Massa Denis McQuail, terutama dalam aspek “*gatekeeping*” dan “*feedback loop*”. Prasetyo Edi Marsudi berperan sebagai “*gatekeeper*” dalam memilih konten yang akan dibagikan di Facebook, mencerminkan pemilihan dan penyajian informasi oleh media. Selain itu, interaksi dua arah yang dijaga oleh Prasetyo Edi Marsudi, seperti merespon komentar dan pesan konstituen, juga mencerminkan aspek “*feedback loop*” dalam komunikasi massa yang lebih interaktif. Selanjutnya, dalam Teori *Uses and Gratifications*, wawancara dengan Prasetyo Edi Marsudi menunjukkan bahwa dia memahami dan memanfaatkan Facebook untuk memenuhi kebutuhan konstituennya. Ketua DPRD DKI Jakarta ini mencatat bahwa banyak konstituennya menggunakan Facebook, dan ia memanfaatkannya sebagai platform untuk berkomunikasi dengan mereka. Konsep “gratifikasi” dalam teori ini muncul dalam konteks ini, di mana Prasetyo Edi Marsudi berusaha memenuhi kebutuhan konstituennya melalui komunikasi politik yang dia lakukan di media sosial Facebook. Secara keseluruhan, hasil wawancara dengan Prasetyo Edi Marsudi mencerminkan keselarasan antara judul jurnal, tujuan penelitian, paradigma interpretatif, dan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori Komunikasi Massa Denis McQuail dan Teori *Uses and Gratification*.

Perspektif Penggiat Media Sosial mengenai Pengaruh Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Terhadap Wakil Rakyat

Pandangan yang disampaikan oleh Bapak Yustinus Hendro Wuarmanuk, S.Fil., M.Ikom, seorang penggiat dan pengamat media sosial, memberikan wawasan yang kaya mengenai penggunaan media sosial dalam komunikasi politik oleh wakil rakyat. Menurutnya, media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam membangun citra dan branding positif bagi wakil rakyat, tetapi juga memiliki potensi untuk menimbulkan keraguan dan kecemasan di kalangan masyarakat.

Media sosial, terutama Facebook, telah mengubah paradigma komunikasi politik (Tosepu, 2018). Wakil rakyat tidak hanya berinteraksi dengan konstituennya secara fisik, tetapi juga melalui platform online (Lindawaty, 2023). Media sosial menjadi sarana utama bagi wakil rakyat untuk memperkenalkan diri, menyampaikan gagasan, dan berbagi program kerja. Namun, Bapak Yustinus menggarisbawahi bahwa penggunaan media sosial ini harus diimbangi dengan tindakan nyata dan konsistensi dalam mengimplementasikan program-program yang telah dijanjikan (Mudhofar, 2018).

Kemampuan media sosial dalam menciptakan branding positif ternyata tidak selalu sepenuhnya positif (Tamimy, 2017). Terdapat kekhawatiran bahwa wakil rakyat mungkin hanya menggunakan media sosial untuk tujuan pencitraan semata, tanpa upaya konkret dalam mewujudkan janji-janji kampanye. Hal ini dapat menyebabkan sikap skeptis dan rasa was-was di kalangan masyarakat. Bapak Yustinus memberikan contoh bahwa ada wakil rakyat yang menampung aspirasi masyarakat melalui media sosial, namun tidak menghasilkan tindakan nyata yang sesuai dengan aspirasi tersebut. Dalam konteks ini, Bapak Yustinus menyoroti pentingnya keterlibatan nyata wakil rakyat dalam masyarakat. Ia percaya bahwa kehadiran fisik dan keterlibatan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat jauh lebih kuat dalam membentuk citra dan branding positif. Keterlibatan yang tulus dan konsisten dalam menanggapi isu-isu yang dihadapi masyarakat, serta

terlibat langsung dalam kehidupan konstituen, memberikan dampak yang lebih besar daripada sekadar pencitraan di media sosial. Bapak Yustinus memberikan pandangan bahwa media sosial seharusnya menjadi alat yang mendukung keterlibatan nyata wakil rakyat dalam masyarakat, bukan hanya sebagai platform pencitraan. Dengan terlibat dalam realitas kehidupan masyarakat, baik melalui interaksi langsung, partisipasi dalam kegiatan masyarakat, atau tanggapan terhadap isu-isu aktual, wakil rakyat dapat memperkuat branding positif mereka dengan cara yang lebih bermakna dan autentik. Pendapat Bapak Yustinus Hendro Wuarmanuk, S.Fil., M.Ikom, memberikan perspektif yang berharga dalam mengkaji pengaruh komunikasi politik melalui media sosial terhadap wakil rakyat. Wawasan ini menggarisbawahi bahwa efektivitas media sosial dalam membentuk citra positif sangat bergantung pada tindakan nyata dan keterlibatan langsung wakil rakyat dalam masyarakat. Dengan demikian, wakil rakyat diharapkan tidak hanya mengandalkan media sosial sebagai alat pencitraan, tetapi juga berupaya membangun kehadiran yang nyata dan bermakna dalam menjawab aspirasi konstituen.

KESIMPULAN

Dari Tujuan penelitian ini dapat di simpulkan bahwa Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik oleh Ketua DPRD DKI Jakarta sebagai alat utama dalam berkomunikasi politik dengan konstituennya. Ini menggambarkan penerapan prinsip-prinsip Teori Komunikasi Massa Denis McQuail, dimana media sosial berperan sebagai saluran efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, sesuai dengan tujuan penelitian untuk memahami strategi komunikasi politik. Adanya Interaksi Dua Arah dan Partisipasi Konstituen hal ini sesuai dengan prinsip Teori Uses and Gratifications, yang menekankan kebutuhan individu akan keterlibatan dan partisipasi dalam komunikasi politik untuk menjaga interaksi dua arah tercapai melalui penerapan strategi ini. Mempertahankan Citra dan Meningkatkan Visibilitas Ini sejalan dengan prinsip Teori Komunikasi Massa, yang mengacu pada upaya membangun citra melalui media massa untuk membangun citra dan kepercayaan konstituen melalui media sosial tercapai melalui praktik ini. Penggunaan Fitur Khusus dan Strategi Iklan Berbayar, Penggunaan fitur khusus seperti grup dan halaman di Facebook serta strategi iklan berbayar mencerminkan upaya untuk memaksimalkan jangkauan komunikasi politik. Ini mendukung prinsip-prinsip Teori Komunikasi Massa dan mengarah ke tujuan penelitian untuk mencapai audiens yang lebih luas. Pengelolaan Waktu dan Konten yang Efektif, Informan kunci menghadapi tantangan dalam merespon interaksi dan mengelola konten yang efektif. Ini menunjukkan pentingnya pengelolaan waktu yang baik dan pemilihan konten yang tepat untuk mencapai tujuan komunikasi politik. Prinsip ini juga menggambarkan aspek praktis dari Teori Komunikasi Massa. Pengaruh Pemilihan Media Berdasarkan Kebutuhan dan Keuntungan, Semua informan kunci menyadari keuntungan dan kebutuhan dalam menggunakan media sosial Facebook. Ini mencerminkan prinsip-prinsip Teori Uses and Gratifications, di mana individu memilih media yang memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka.

Kesimpulan ini memiliki keterkaitan kuat dengan tujuan penelitian yang ingin memahami strategi komunikasi politik melalui media sosial Facebook oleh Ketua DPRD DKI Jakarta. Penerapan prinsip-prinsip Teori Komunikasi Massa Denis McQuail dan Teori Uses and Gratifications dalam praktik komunikasi politik para informan kunci memastikan pencapaian tujuan penelitian dalam membangun citra, menjaga interaksi dua arah, dan mencapai audiens yang lebih luas melalui media sosial dapat diidentifikasi pola praktik yang berhasil dalam menggunakan media sosial Facebook sebagai alat strategi komunikasi politik yang efektif dan inklusif.

BLIBLIOGRAFI

- Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9(1), 68–78.
- Arrsa, R. C. (2014). Pemilu Serentak dan Masa Depan Konsolidasi Demokrasi. *Jurnal Konstitusi*, 11(3), 515–537.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145–161.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1–17.
- Lindawaty, D. S. (2023). Kampanye Daring Dalam Pilkada Serentak 2020 Di Era Pandemi Covid-19. *Kajian*, 25(4), 269–284.
- Mudhofar, G. (2018). *Strategi kepala desa dalam membina keluarga tunagrahita untuk membangun keluarga sakinah: Studi di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Rohajawati, S., Kom, S., Kom, M., Sari, D. A. P., & TP, S. (2022). *Mobile Apps and Organic Waste*. Deepublish.
- Sauyai, N. E., Londa, N., & Kalesaran, E. R. (2017). Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah Di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2).
- Sjoraida, D. F., Dewi, R., Adi, A. N., & Dipa, A. K. (2021). Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat. *PRofesi Humas*, 6(1), 89–110.

- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 379–398.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu: Menampilkan image diri dan karakter di media sosial*. VisiMedia.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)*. Jakad Media Publishing.
- Wahyuni, H. I. (2018). *Kebijakan Media Baru Di Indonesia: (Harapan Dinamika Dan Capaian Kebijakan Media Baru Di Indonesia)*. Ugm Press.
- Weninggalih, L., & Fuady, M. E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relations*, 22–32.
- Yusuf, A. H. (2019). *Pola Rekrutmen Partai Gerindra Studi Kasus Dalam Penetapan Caleg Dprd Pada Pemilu 2019 Di Kota Tasikmalaya (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi)*.

Copyright Holder:

Fransisika Silolongan, Ambarwati, Novianty Elizabeth Ayuna (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

