



KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA

Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter
Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua
Tahun 2017



Ihsan Hamid, MA.Pol
Reski Nanda, S.IP

KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA

Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter
Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua
Tahun 2017

Buku Referensi ini dengan judul "KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA: Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua Tahun 2017" ini dapat terselesaikan. Selanjutnya shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam yang menuntun kita kepada jalan yang benar.

Buku Referensi ini terdiri atas beberapa bab yang membahas tentang komunikasi politik yang diperankan oleh pasangan Cagub dan Cawagub Anies Baswedan dan Sandiaga Uno melalui akun media sosial miliknya dan tim sukses pendukungnya dalam memenangkan Pilkada di DKI Jakarta pada tahun 2017 silam. Dalam melakukan elaborasi terhadap dinamika tersebut maka buku ini terdiri dari enam bab yang secara skematis terkait satu sama lain dalam menjabarkan pembahasan yang ada, mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

Secara umum buku ini mengupas secara detail baik secara teori dan praktik berdasarkan hasil riset dan studi literatur tentang arti bagaimana pola dan model komunikasi yang dilakukan oleh paslon Anis-Sandi lewat media sosial twitter yang dimilikinya bersama tim suksesnya sehingga keluar sebagai pemenang dalam Pilkada DKI Jakarta pada tahun 2017 silam. Ini penting untuk coba diinventarisir dan dicermati lebih jauh sebagai bagian dalam membaca gejala dan kecenderungan sikap politik publik di era sarat teknologi dan kemajuan informasi saat ini, yang kemudian semua ini bermuara pada diskusi tentang demokrasi electoral yang sarat penggunaan teknologi informasi. Hasil dari penelitian ini kemudian dapat menjadi bacaan yang dapat sedikit menambah wawasan terkait dengan hal tersebut.

**KOMUNIKASI POLITIK
DI SOSIAL MEDIA
(Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter
Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI
Jakarta Putaran Kedua Tahun 2017)**

**Ihsan Hamid, MA.Pol
Reski Nanda, S.IP**



PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA
(Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter
Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta
Putaran Kedua Tahun 2017)**

Penulis : Ihsan Hamid, MA.Pol
Reski Nanda, S.IP

Editor : Alwi Farhanuddin, M.S.I

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Hikmah Millenia Saputri

ISBN : 978-623-5251-73-8

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, MARET 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan hanya ke hadirat Allah *Azza wa Jalla*, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga monograf ini dengan judul “KOMUNIKASI POLITIK DI SOSIAL MEDIA: Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter Terhadap Kemenangan Anies-Sandi di Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua Tahun 2017” ini dapat terselesaikan. Selanjutnya shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan alam Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* yang menuntun kita kepada jalan yang benar.

Buku ini terdiri atas beberapa bab yang membahas tentang komunikasi politik yang diperankan oleh pasangan Cagub dan Cawagub Anies Baswedan dan Sandiaga Uno melalui akun media sosial miliknya dan tim sukses pendukungnya dalam memenangkan Pilkada di DKI Jakarta pada tahun 2017 silam. Dalam melakukan elaborasi terhadap dinamika tersebut maka buku ini terdiri dari enam bab yang secara skematis terkait satu sama lain dalam menjabarkan pembahasan yang ada, mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

Secara umum buku ini mengupas secara detail baik secara teori dan praktik berdasarkan hasil riset dan studi literatur tentang arti bagaimana pola dan model komunikasi yang dilakukan oleh paslon Anis-Sandi lewat media sosial twitter yang dimilikinya bersama tim suksesnya sehingga keluar sebagai pemenang dalam Pilkada DKI Jakarta pada tahun 2017 silam. Ini penting untuk coba diinventarisir dan dicermati lebih jauh sebagai bagian dalam membaca gejala dan kecenderungan sikap politik publik di era sarat teknologi dan kemajuan informasi saat ini, yang kemudian semua ini bermuara pada diskusi tentang demokrasi electoral yang sarat penggunaan teknologi informasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan isi buku ini. Akhirnya semoga buku ini dapat digunakan sebagai referensi dalam dunia pendidikan.

Mataram, 1 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 KOMUNIKASI POLITIK	13
A. Komunikasi Politik.....	13
B. Genre dalam Komunikasi	24
C. Model e-demokrasi.....	30
D. Marketing Politik dan Elit Politik	32
E. Pemilu Sebagai Pembaruan Kontrak Sosial	35
BAB 3 STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN ANIES BASWEDAN-SANDIAGA UNO DALAM MEDIA SOSIAL TWITTER	39
A. Bentuk konten komunikasi politik yang dibuat oleh Anies Baswedan-Sandiaga Uno	39
B. Strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno dalam memanfaatkan media sosial Twitter	70
C. Alasan pentingnya pasangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno menggunakan salah satu media sosial Twitter dalam menyampaikan visi misi politiknya	75
BAB 4 PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
TENTANG PENULIS	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka 5W+1H dalam Genre	28
Tabel 2. Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cagub anies bawedan.....	41
Tabel 3. Pola Komunikasi Cagub.....	41
Tabel 4. Pola Komunikasi Cagub dalam memberi pernyataan politik atau opini pribadi.....	45
Tabel 5. Kategorisasi Tweet Pernyataan Cagub Membahas Konten di luar politik.....	49
Tabel 6. Pola Komunikasi dalam Akun Twitter Cawagub Sandiaga Uno	53
Tabel 7. Kategorisasi Tweet Interaksi Sandiaga Uno dengan Pengikut Akun Twitternya.....	53
Tabel 8. Kategorisasi Tweet Informasi Mengenai Kegiatan Cagub	57
Tabel 9. Kategorisasi Tweet Pernyataan Sandiaga Uno di luar Konten Politik.....	59
Tabel 10. Pola Komunikasi dalam Akun Tim Relawan.....	62
Tabel 11. Kategorisasi Tweet Akun Tim Relawan Pasangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno dalam menegaskan sikap Politik terhadap kebijakan gubernur petahana dan kebijakan yang akan diambil jika terpilih nanti.....	63

BAB

1

PENDAHULUAN

Dalam era demokratisasi, transparansi kebijakan pemerintah merupakan hal penting untuk meraih kepercayaan dari masyarakat. Maka, selain penggunaan media massa untuk menginformasikan program pemerintah, saat ini diperlukan pula penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dapat menyentuh khalayak secara individu. Penggunaan media sosial saat ini turut pula mempengaruhi interaksi antara masyarakat dan pembuat kebijakan. Media sosial merupakan teknologi yang bersifat praktis dan cepat sehingga dapat dengan mudah digunakan oleh siapa pun. Karena sifat kepraktisannya, media sosial pun menjadi pilihan bagi tokoh politik maupun pemerintah untuk menginformasikan melalui media sosial.¹

Apalagi penggunaan jejaring sosial *online* seperti *Facebook* dan *Twitter*² dalam kurun waktu lima tahun terakhir telah menjadi salah satu pemberitaan menarik terkait perannya untuk menjadi instrumen *marketing* politik dalam setiap pemilihan

1 Ica Wulansari, Artikulasi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Media Sosial Twitter, dalam Jurnal Universitas Multimedia Nusantara, Volume VI, Nomor 2, Desember 2014, hal. 20.

2 *Twitter* merupakan sebuah situs untuk layanan untuk teman, keluarga, dan rekan kerja untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran cepat. *Twitter* adalah kombinasi dari berbagai bentuk komunikasi, namun perbedaan utamanya adalah bahwa posting, atau *tweet*, hanya terbatas untuk 140 karakter atau kurang. Pengguna *Twitter* dapat mengirim *update* status yang dinamakan *tweet*, mengikuti dan melihat *update tweet* dari pengguna lain dan mengirim balasan umum atau pesan langsung (*direct message*) untuk terhubung dengan pengguna lain. Untuk mendapatkan informasi dari pengguna lain pemilik akun harus mengikuti (*follow*) akun yang diminati.

BAB 2 | KOMUNIKASI POLITIK

Berkaitan dengan tema dan permasalahan yang dibahas, penelitian ini menggunakan teori genre untuk mengidentifikasi karakteristik dan pola komunikasi dalam akun pribadi Cagub. Teori kedua yang digunakan peneliti adalah e-demokrasi sebagai alat untuk mengidentifikasi model demokrasi yang relevan dalam interaksi cagub dengan pengikut akun pribadinya di Twitter. Penggunaan dua model teori tersebut diadaptasi dari penelitian Oystein Sabo dalam artikelnya yang berjudul *Understanding Twitter TM Use among Parliament Representatives: A Genre Analysis* yang disampaikan di Delft, The Netherlands. Namun sebelumnya diulas secara umum tentang Komunikasi Politik.

A. Komunikasi Politik

1. Definisi Komunikasi Politik

Pengertian Komunikasi Politik Menurut Nimmo. Politik berasal dari kata polis yang berarti negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara negara (kota) dan masyarakatnya. Kata *polis* ini berkembang menjadi *politicos* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *politicos* menjadi *politera* yang berarti hak-hak kewarganegaraan.²¹

Definisi Komunikasi Politik secara definitif, ada beberapa pendapat sarjana politik, diantaranya Nimmo, mengartikan politik sebagai kegiatan orang secara kolektif yang mengatur perbuatan mereka di dalam kondisi konflik

21 Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, (Bandung: Remaja Karya, 1989), h.108.

BAB 3 | STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN ANIES BASWEDAN-SANDIAGA UNO DALAM MEDIA SOSIAL TWITTER

A. Bentuk konten komunikasi politik yang dibuat oleh Anies Baswedan-Sandiaga Uno

Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang bentuk atau pola komunikasi politik yang digunakan oleh cagub nomor urut tiga yakni Anies Baswedan-Sandiaga Uno dan akun relawan melalui Twitternya masing-masing selama masa kampanye putaran kedua dalam Pilkada DKI Jakarta, yang dilakukan mulai Tanggal 7 Maret sampai 15 April 2017. Adapun akun yang dijadikan data dalam penelitian ini adalah ada tiga akun twitter yang dimiliki oleh pasangan calon no urut Tiga tersebut dan satu akun yang dipakai kampanye oleh relwan. Adapun akun yang dimaksud adalah seperti alamat akun twitter berikut ini: @aniesbaswedan adalah akun resmi yang dipakai oleh calon gubernur no urut tiga yakni Anies Baswedan, dan @sandiuno adalah akun resmi yang digunakan oleh calon wakil gubernur Sandiaga Uno dan @jktmajubersama adalah akun resmi yang dipakai relawan Anies-sandi,. Seluruh *tweet* yang dibuat dalam masa kampanye putaran kedua baik berkaitan dengan konten politik maupun tidak selama masa kampanye putaran kedua tersebut digunakan sebagai data oleh peneliti.

Oleh sebab itu, bentuk atau pola komunikasi dari *tweet* masing-masing akun diatas akan dijelaskan menggunakan metode analisis genre dan interaksi masing-masing akun tersebut dengan pengikut akunya dianalisa menggunakan model e-demokrasi. Analisis genre yang digunakan dalam

<i>who/m</i>	Tidak ada yang terlibat dalam <i>tweet</i> ini kecuali operator akun.
<i>How</i>	<p>Pada setiap topik yang diunggah, tim relawan menggunakan serial <i>tweet</i> untuk</p> <ul style="list-style-type: none"> - menjelaskan program kerjanya - menganalisa dan mengamati permasalahan Jakarta - menjelaskan slogan kampanyenya dan sikap politik pasangan nomor tiga. <p>Masing-masing <i>tweet</i> ini terdiri dari dua bagian Bagian pertama berisi kalimat yang merujuk pada isi analisa dan pandangan cagub dalam isu-isu tertentu. Bagian kedua terdapat tanda pagar (#) sebagai penanda topik yang diunggah operator akun ini. Namun, tidak semua serial <i>tweet</i> mengandung tanda pagar. Beberapa di antaranya hanya berisikan nomor urut <i>tweet</i> kemudian isi bahasan.</p>
<i>When</i>	<p>Kegiatan mengumpulkan dana dan dukungan dalam bentuk yang lain yang dilakukan oleh relawan; sosialisasi program kerja kepada masyarakat melalui kampanye; setelah melakukan pertemuan atau diskusi dengan warga. <i>Tweet</i> ini terjadi dalam beberapa kali selama kampanye tahap kedua.</p>
<i>Where</i>	<i>Online</i> , dengan perangkat Phonsel dan PC.

Sumber: hasil temuan data peneliti

Tabel di atas merupakan temuan data dari *tweet* terhadap pernyataan sikap politik cagub no urut tiga yang dibuat oleh tim relawan. Dari klasifikasi di atas posting *tweet* tersebut memiliki unsur *why* yaitu membahas topik dalam konteks politik terutama mengenai sikap politik.

BAB

4

PENUTUP

A. Kesimpulan

Media sosial salah satunya Twitter, bisa dimanfaatkan menjadi sarana komunikasi politik yang cukup efektif dalam proses kehidupan demokrasi. Dalam demokrasi di era digital ini, khususnya pada konteks kampanye politik, media sosial telah berperan menjadi alat komunikasi yang bisa menghubungkan para pelaku politik dengan konstituennya, antara komunikator dan komunikan secara jarak jauh dan bersifat masif. Masing-masing pelaku politik dan partisipannya bisa mengekspresikan kepentingannya atau hak-hak politiknya secara bebas tanpa penghalang yang menghambat proses komunikasi politik.

Melalui media sosial, komunikator bisa membangun komunikasi politik dengan para pendukungnya, membentuk opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara masif. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan modal sosial bagi pelaku politik yaitu terbukanya jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi politik masyarakat. Meskipun demikian, terdapat beberapa persoalan dalam konteks komunikasi politik melalui media sosial, diantaranya komunikasi politik dengan menyampaikan pesan-pesan komunikasi yang buruk, menjatuhkan, dan menyerang pribadi. Ini jelas menimbulkan persoalan-persoalan etis komunikasi.

Atas dasar itu maka penelitian ini telah mengeksplorasi bentuk pola komunikasi dalam akun Twitter masing-masing cagub dan wacagub serta membahas alasan menggunakan twitter sebagai salah satu media kampanye pada Pilkada DKI

DAFTAR PUSTAKA

- A Partanto, Pius dan Dahlan al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Penerbit Arloka, 1994).
- Aberystwyth UK. <http://visualmemory.co.uk/daniel/Documents/intgenre/intgenre.html> diakses tanggal 05 Mei 2017.
- Bogdan Rober and Biklen Knopp, *Qualitative Research for Education, an Introduction to Theory and Method*. Boston: Alliynd and Bacon. 1982.
- Chandler, Daniel. 2000. An Introduction To Genre Theory (online). University of Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi Edisi Revisi 2011*. Jakarta: Rajawali Press. 2011.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*. Rajawali Pers. Jakarta. 2009.
- Davies, Ron. *Social Media in Election Campaigning*, Briefing of European Parliamentary Research Service, New York, 2014.
- Dennis McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. Dennis Mcquail Edisi 6, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2011.
- Denzin. Guba. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, penyunting Agus Salim. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1978.
- Elvinaro, Ardianto. *Media Jejaring Sosial dari Perspektif Komunikasi dan Kualifikasi Sarjana Komunikasi Teknologi Komunikasi*. dalam Fajar Junaedi (peny). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Aspikom. Yogyakarta. 2011.
- Firmanzah, *Marketing Politik, :Anatara Pemahaman dan Realitas*.(Jakarta: PT Gramedia, 2004).
- Hidayat, Komaruddin. *Politik Panjat Pinang, Dimanakah Peran Agama*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2006).

- Ida. Henri. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, (Jakarta, Kencana, 2012).
- Kusuma, Yuliandi. *Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter*. Jakarta: Grasindo. 2009.
- Khumaedi, Teedy. *Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC-PPP) Kabupaten Bogor Dalam Pilkada Bupati Tahun 2009*. UIN Jakarta, 2010.
- Larsson Anders Olof and Harvard Moe. *Studying Political Microblogging, Twitter Users In The 2010 Swedish Election Campaign*. Journal New Media and Society No. 5 Vol 15. 2012.
- Lailah, Yuswita. *Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Partai Persatuan Pembangunan pada Pemilu Legislatif 2009*. UIN Jakarta. 2010.
- May Rudy, Teuku. *Komunikasi dan Humas Internasional*. Bandung: Refika Aditama. 2005.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung, cet. 8. PT Rosda Karya. 2010.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. 4. Bandung: Rosdakarya 2004.
- Nimmo. *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Karya. 1989.
- Novel, Ali. *Peradaban Komunikasi Politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya 1999.
- Nursal, Adman . *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPRD, Presiden*, (Jakarta: Gramedia, 2004).
- Oystein. Sabo. *Understanding Twitter TM Use among Parliament Representatives: A Genre Analysis*. Proceedings of Third

IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29 – September.

Paivarinta, Tero and Oystein Sabo. *The Genre System Lens on e-Democracy*, Scandinavian Journal of Information System. 2008.

Philip and Neil Koter, *“Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campigns, and Causes”*, in *Handbook of Political Marketing*, ed Bruce I, NewmanThousand Oakz, CA: SAGE Publication, Inc.

Paradiza Putra, Abitya. *Ekspresi afeksi dalam Twitter studi pada remaja followers di akun @soalcinta*, UMJ. 2009.

Paivarinta, Tero. and Oystein Sabo. *The Genre System Lens on e-Democracy*. Scandinavian Journal of Information System. 2008.

Paskarina, Caroline dan Dede Mariana, *Demokrasi dan Politik Desentralisasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).

Stieglitz, Stefan and Linh Dang-Xuan. *Sosial Media and Political Communication: A Sosial Media Analytic Framework*. Journal Sosial Network Analysis and Mining 2013, No.3 Vol. 11.

Suhendra, Adi. *Senjata Baru Dalam Ruang Politik: Konstruksi Sosial Penggunaan Jejaring Sosial Online Dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2012*, dalam jurnal *SEJARAH DAN BUDAYA, Tahun Kedelapan, Nomor 1, Juni 2014*.

Subaktio, Henry and Rachmah Ida. *Komunikasi politik, Media, dan Demokrasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

Seib, Phillip (edited by), *New Media and The New Middle East*, Palgrave Macmillan, New York, 2007.

Syaodih Sukmadinata, Nana. *Metode Penelitian Pendidikan*. cet. 4, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung. 2009.

Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosdakarya. 2010.

Varma, S.P. *Teori Politik Modern*, Jakarta: Rajawali Pres, 1987.

West, Richard and Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory*

Analysis and Application. Boston: McGraw Hill. 2009.

Wulansari, Ica. Artikulasi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Media Sosial Twitter, dalam Jurnal Universitas Multimedia Nusantara, Volume VI. Nomor 2. Desember 2014.

Wiratna, Sujarweni. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.

Sumber Wawancara:

Wawancara dengan Hasbullah 23 Tahun seorang pemilih pemula dan pemilih pasangan Anies-Sandi, Wawancara dilakukan tanggal 18 Juli 2017.

Wawancara dengan Ramuhad Samudra 24 Tahun seorang Tim Sukses pasangan Anies-Sandi di bidang Tim Kreatif, Wawancara dilakukan tanggal 17 Juli 2017.

Wawancara dengan Rindang Panuntun 23 Tahun seorang Tim Sukses pasangan Anies-Sandi di bidang Tim Kreatif, Wawancara dilakukan tanggal 16 Juli 2017.

Sumber Online:

<https://tirtoid.com/strategi-anies-sandi-manfaatkan-media-sosial-untuk-kampanye-ciyM>, diakses 16 Juli 2017.

<https://m.tempo.co/read/news/2016/09/28/214808129/strategi-kampanye-anies-sandiaga-ini-yang-dilakukan-timnya>, diakses 16 Juli 2017.

<http://www.newsagency.id/perang-medsos-di-penghujung-pilkada-dki-putaran-kedua>, diakses 16 Juli 2017.

<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/11/24/strategi-insider-untuk-mendongkrak-nama-anies-sandi-di-medsos>, diakses 16 Juli 2017.

http://semioCast.com/en/barometre_politique, diakses tanggal 12 Mei 2017.

<http://www.cnnindonesia.com/kursipanasDKI1/20170407201344-516-205917/perang-medsos-di-penghujung-pilkada-DKI>, Diakses 15 Mei 2017.

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/17/04/23/oouf92282-relawan-insider-aniessandi-dinilai-sukses-pengaruhi-pilihan-pemilih-muda>, Diakses 15 Mei 2017.

https://tirto.id/strategi-Anies_Baswedan-Sandiaga_Uno_-_manfaatkan-media-sosial-untuk-kampanye-ciyM, Diakses 15 Mei 2017.

<https://kpujakarta.go.id/hasil> real count perhitungan suara situng pilkada DKI, Diakses 15 Mei 2017.

<http://tweeternet.com/>

TENTANG PENULIS

Penulis I : Ihsan Hamid



Ihsan Hamid, lahir di desa Wakan, salah satu desa yang terletak di wilayah Selatan Pulau Lombok. Anak pertama dari tiga bersaudara ini menamatkan pendidikan dasar hingga menengah pertama di desa kelahirannya, dan

menengah tingkat atas diselesaikan di Selong Lombok Timur. Pengembaraan ilmu berikutnya berlabuh di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Humaniora dan Budaya, dengan beasiswa dari Kementerian Agama, hingga 2011 dapat menyelesaikan studinya dengan predikan Cumlaude.

Merasa masih sangat kekurangan secara keilmuan dan pengalaman, Ihsan memutuskan kembali merantau meninggalkan kampung halamannya menuju ibu kota untuk melanjutkan studi magisternya. Ditahun yang sama 2011 akhirnya nekat mendaftarkan diri di Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan konsentrasi kajian *Politik dan Agama*, juga diselesaikan dengan beasiswa dari LPDP Kemenkue RI, kepercayaan yang diberikan oleh negara dijawab dengan kesungguhan dalam menuntaskan studinya sehingga dapat menyelesaikan studi magisternya tiga semester dengan predikat Cumlaude.

Perestasi sederhana ini kemudian pada akhirnya mengantarkan ia kembali meraih beasiswa LPDP untuk melanjutkan studi ke jenjang doktor yang kembali ia tempuh di Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan konsentrasi yang sama dengan magisternya, dan awal tahun 2019 ia memutuskan balik ke kampung halamannya dengan menjadi Dosen Politik di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, setelah hampir satu dekade pengembaraannya.

Namun sebelumnya, selama tinggal di Jakarta Ihsan tercatat sudah pernah mengajar di beberapa perguruan tinggi diantaranya UNMA Jakarta, STAI Bina Madani, dan STAI AL-Hasyimiyyah Jakarta. Selain kesibukan mengajar, ia juga tercatat pernah menjadi konsultan di beberapa lembaga dan Tenaga Ahli di DPR RI, yang kemudian menjadikan penguasaan dalam bidang kelembagaan politik menjadi semakin lengkap. Hal ini kemudian menjadikan ia kerap kali diminta analisisnya terkait dengan dinamika politik yang berkembang oleh media-media mainstream di NTB seperti TVRI, Lombok Post, Suara NTB, Radar Lombok, dan media-media lainnya, baik cetak maupun online, juga tercatat sering diundang sebagai Narasumber atau pembicara di seminar-seminar.

Selama menjadi mahasiswa ia pernah aktif dan banyak terlibat dalam organisasi intra maupun ekstra diantaranya: Pengurus HMJ BSA UIN Maliki Malang (2008-2009), Pengurus BEM Fakultas Humaniora dan Budaya UIN Maliki Malang (2009-2010), Pengurus LKP2M (Lembaga Kajian Penelitian dan Pengembangan Mahasiswa) UIN Maliki Malang (2008-2009), Ketua Umum FORSKIMAL (Forum Studi dan Komunikasi Mahasiswa Lombok) UIN Maliki Malang (2009-2010), Pengurus di organisasi primordial IMSAK (Ikatan Mahasiswa Sasak) Jakarta. Ketua Penerima Beasiswa LPDP Kemenkeu RI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2017).

Diantara karya tulis yang pernah dihasilkan adalah *Shalawat Nahdlatain Syaikh Zainuddin Abdul Madjid; Studi Analisis Semiotika Menggunakan Teori Charles Sander Pierce*, Menerjemahkan novel Nugaib Mahfudz “*Qolbul Lail*” dengan kawan-kawan, edisi Indonesia menjadi “*Malam Tak Bertepi*”, (Malang; Hudaya Press, 2010), *Madrasah Research: Kontributor Editor di Impresaa Publishing* (2012), *Peta Politik NTB Menjelang Pilkada 2013*. Buku diantaranya, *Perilaku Politik NW: Dari Kultur Pesantren ke Komplik Elit* (Impresaa Publishing). *Perilaku Politik: Dialektika Teoritis Empiris Untuk Penguatan Demokrasi di Era Post Truth* yang ada ditangan pembaca saat ini. Selain menulis buku, Ihsan juga tercatat aktif menulis di berbagai Jurnal, tulisan jurnalnya dapat diakses langsung di Jurnal Politea UIN Mataram.

Penulis II : Reski Nanda, S.IP



Reski Nanda, S.IP, lahir di Padang yang merupakan wilayah yang dikenal dengan anak mudanya pandai dagang (wiraswasta). Selepas studi pada prodi Ilmu Politik UMJ pada tahun 2017 Anam nama panggilannya kemudian memutuskan menetap di Jakarta dengan membuka usaha konveksi. Sehingga ia sekarang dikenal oleh teman-temannya sebagai pengusaha konveksi yang sukses. Namun kesuksesan di bidang usahanya tersebut, tidak serta merta menghilangkan minat menulisnya, sesekali ia masih sempatkan menulis buku termasuk yang ada ditangan pembaca ini.