

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tangerang sebagai lokasi pengambilan sumber data utama. Kota Tangerang merupakan salah satu kota satelit yang tercakup dalam wilayah Jabodetabek. Dengan kondisi ini, Kota Tangerang memiliki demografi masyarakat dengan latar belakang yang beragam. Hal ini pula menyebabkan masyarakat Kota Tangerang memiliki mobilitas yang tinggi. Ini merupakan tantangan bagi tokoh masyarakat Kota Tangerang untuk menjalankan strategi politik dengan memaksimalkan manajemen komunikasi. Penyelenggaraan komunikasi politik yang baik dapat mewujudkan tujuan-tujuan dalam pembangunan kota Tangerang.

Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Tangerang dalam Rencana Strategis 2019-2023<sup>1</sup> memiliki visi “Terwujudnya Kota Tangerang yang Berakhlakul Karimah dan Berdaya Saing” dengan misi sebagai berikut :

1. Mengembangkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan mutu pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial dengan mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersinergi.
2. Meningkatkan sarana prasarana Kota Tangerang kota yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

---

<sup>1</sup> <https://kesbangpol.tangerangkota.go.id/>

### 3. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang mandiri dan adil.

Tujuan yang tertera dalam visi misi tersebut membutuhkan partisipasi berbagai pihak agar dapat terlaksana dengan baik. Selanjutnya untuk mendapatkan dukungan masyarakat dalam program-program pemerintah daerah, Wali Kota harus dapat meyakinkan masyarakatnya demi memperoleh kepercayaan. Kepercayaan politik suatu kelompok masyarakat sangat berperan pada proses pembangunan pemerintahannya (Levi & Stoker, 2000 : 475).

Analisis dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari akun media sosial *Instagram* Wali Kota Arief Wismansyah. Informasi dikelola melalui observasi antara postingan dengan teori yang digunakan.

Wawancara dilakukan dengan teknik terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan merancang pedoman wawancara yang dapat mempermudah kategorisasi informan dan informasi yang dicari. Informan dalam penelitian ini tertuju pada orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung pada materi penelitian. Proses wawancara dilakukan secara langsung dan daring melalui perangkat *Zoom*. Berikut merupakan data personal informan yang diperoleh dari proses wawancara :

## I. Profil Informan

### 1. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

Nama lengkap : H.Arief Rachadiono Wismansyah, B.Sc,M.Kes

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 23 April 1977

Tempat Wawancara : Kediaman informan

Tanggal Wawancara : Tangerang, 16 Januari 2021

Sebagai awalan, peneliti mencari tahu mengenai alasan personal Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menggunakan media sosial *Instagram* yang saat ini dikelola oleh ajudannya. Dalam keterangannya, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menggunakan media sosial *Instagram* untuk memperoleh informasi maupun sebagai media komunikasi antar penanggung jawab kebijakan. Media sosial *Instagram* juga digunakan sebagai media publikasi atas perkembangan kebijakan yang tengah dijalaninya. Media sosial *Instagram* dianggap sebagai media sosial dengan cakupan pengguna yang luas dan penggunaannya yang sedang *trend* di kalangan masyarakat.

“Di era media sosial, masyarakat membutuhkan informasi yang tanpa batas. Masyarakat membutuhkan kemudahan akses informasi mengenai data dan kondisi Kota Tangerang. Masyarakat juga perlu mengetahui kebijakan yang sedang berlangsung di Kota Tangerang. *Instagram* sekarang sedang populer, dibandingkan twitter dan facebook yang sudah lewat masanya. Maka dari itu, saya juga mendorong teman-teman OPD (Organisasi Perangkat Daerah) untuk menggagas media sosial agar dapat berkoordinasi dengan bertukar dan berbagi informasi, lewat *repost* dan sebagainya. Supaya masyarakat dapat dengan mudah mengetahui kondisi dan informasi

daerahnya. Darisana juga bisa mempermudah kami dalam mengetahui keluhan masyarakat.”

2. Admin Media Sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah

Nama lengkap : Ridho

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 20 Desember 1994

Pendidikan Terakhir : D4 Akademi Pemerintahan

Lokasi, Tanggal wawancara : Daring melalui *Zoom*, 9 Februari 2021

Admin media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menjelaskan bahwa tugasnya selain menjadi ajudan adalah memposting kegiatan pemerintahan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Menurutnya penggunaan media sosial *Instagram* untuk Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dianggap tepat guna karena cakupan pengguna yang lebih banyak daripada facebook. Selain itu, penggunaan *Instagram* menurutnya lebih praktis. Secara pribadi, Admin media sosial tersebut tidak menggunakan media sosial selain untuk mencari informasi.

“Saya kurang aktif bermedia sosial. Biasanya saya menggunakan media sosial hanya untuk mencari informasi. Media sosial Pak Wali yang resmi hanya *Instagram*, karena penggunanya sekarang lebih banyak daripada Facebook. Tampilan *Instagram* juga lebih mudah daripada Facebook, kalau membagikan foto di Facebook, pengguna lain harus scroll terlebih dahulu. Kalau di *Instagram* lebih mudah, bisa langsung memilih foto yang ingin dilihat.”

### 3. Masyarakat Kota Tangerang

- a. Nama lengkap : Nurhayati  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 10 November 1981  
Lokasi wawancara : Kediaman informan  
Tanggal wawancara : 9 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Berjualan kue
- b. Nama lengkap : Aidul Rizkiansyah  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 11 Januari 2000  
Lokasi wawancara : Secara daring, melalui *zoom*  
Tanggal wawancara : 1 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Kuliah dan bekerja
- c. Nama lengkap : Yayan Dewi Handayani, S.Pd.  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, (tanggal lahir tidak disebutkan)  
Lokasi wawancara : Secara daring, melalui *Zoom*  
Tanggal wawancara : 2 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Bekerja

- d. Nama lengkap : Hasan Noor, S. T.  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 11 Juli 1994  
Lokasi wawancara : Secara daring, melalui *Zoom*  
Tanggal wawancara : 2 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Bekerja di bidang marketing
- e. Nama lengkap : Nurmahalia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Lebak, 28 September 1993  
Lokasi wawancara : Fitness Duo Cipondoh  
Tanggal wawancara : 14 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Pegawai DPR Non-PNS
- f. Nama lengkap : Yesaya Surya Halim  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : (Tidak menyebutkan), 25 Februari 1989  
Lokasi wawancara : Tangerang City Mall  
Tanggal wawancara : 3 Desember 2020  
Aktivitas sehari-hari : Pegawai Swasta

Pengumpulan data personal informan dilakukan untuk mengetahui cakupan pengetahuan informan dari persepsi peran dan latar belakang informan. Informan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa peran, yaitu :

1. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah sebagai informan utama dalam analisis. Pendapat dan data personalnya diperlukan untuk membedakan persepsi dan tujuannya dalam bermedia sosial dengan informan lainnya.
2. Admin media sosial *Instagram* Arief Wismansyah sebagai informan sekunder. Pendapat dan data personalnya diperlukan untuk mengetahui sejauh mana dirinya berkontribusi dalam komunikasi politik media sosial *Instagram* Arief Wismansyah. Selain itu, latar belakang profesi juga dapat mempengaruhi pandangan admin media sosial *Instagram* Arief Wismansyah.
3. Masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Arief Wismansyah sebagai informan eksternal yang dapat membuka perspektif mengenai keberhasilan komunikasi politik Wali Kota Arief Wismansyah dalam pengelolaan media sosial *Instagram*.

Setelah proses pengumpulan data personal, wawancara dilakukan sesuai dengan strukturnya. Struktur wawancara dibuat dalam bentuk kategorisasi pertanyaan yang sesuai dengan teori *New Media* dan peluang penyajian media sosial menurut Jacobs & Spierings (2016: 25).

## **II. Alasan Penggunaan Media Sosial Instagram**

Untuk dapat memahami cara pandang personal tiap-tiap informan mengenai fungsi media sosial, peneliti memberikan pertanyaan mengenai alasan tiap-tiap informan dalam penggunaan media sosialnya. Setiap alasan informan bernilai dalam penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan informan mengenai media sosial *Instagram* dan perkembangannya.

**Pertanyaan : Apa alasan anda menggunakan media sosial Instagram?****Informan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah :**

“Di era media sosial, masyarakat membutuhkan informasi yang tanpa batas. Masyarakat membutuhkan kemudahan akses informasi mengenai data dan kondisi Kota Tangerang. Masyarakat juga perlu mengetahui kebijakan yang sedang berlangsung di Kota Tangerang. *Instagram* sekarang sedang populer, dibandingkan twitter dan facebook yang sudah lewat masanya. Maka dari itu, saya juga mendorong teman-teman OPD (Organisasi Perangkat Daerah) untuk menggagas media sosial agar dapat berkoordinasi dengan bertukar dan berbagi informasi, lewat *repost* dan sebagainya. Supaya masyarakat dapat dengan mudah mengetahui kondisi dan informasi daerahnya. Darisana juga bisa mempermudah kami dalam mengetahui keluhan masyarakat.” (Tangerang, 16 Januari 2021)

Berdasarkan keterangan tersebut, fokus Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah terhadap alasan penggunaan media sosial *Instagram* untuk menyediakan informasi tentang kota Tangerang kepada warganya yang dapat diakses tanpa batasan waktu. Upaya ini dilakukan dengan cara pertukaran informasi antar Organisasi Perangkat Daerah, untuk meluaskan kebutuhan informasi warga Kota Tangerang. Hal ini sesuai dengan komponen pertama dalam pemahaman *New Media* dengan internet yang berfungsi sebagai ruang produksi, distribusi, proses, dan penyimpanan data informasi melalui penyajian postingan kegiatan yang dilakukan. Sedangkan pertukaran informasi diperoleh dari upaya *repost* dan saling berbagi informasi antar penyelenggara pemerintahan Kota Tangerang. Internet memiliki aksesibilitas yang tak terbatas oleh status kepemilikan institusional, organisasi, ataupun lembaga, sehingga kebebasannya dapat dimanfaatkan dengan leluasa (McQuail, 2010: 42).



Setelah mengetahui cara pandang informan utama, yaitu Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Berikut ini disajikan hasil wawancara dari pertanyaan yang sama mengenai alasan penggunaan media sosial *Instagram* bagi setiap informan masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Arief Wismansyah.

**1. Informan Nurhayati**

“Saya menggunakan Instagram untuk bisnis, supaya mudah memasarkan produk, kan fiturnya juga gampang, bisa langsung upload foto kalau mau jualan.” (9 Desember 2020).

**2. Informan Muhammad Aidul Rizkiansyah**

“Saya mengikuti beliau karena saya pun ingin mengetahui perkembangan dan pencapaian baru di Kota Tangerang, sekaligus karena memang saya senang dengan Bapak Wali Kota Arief Wismansyah yang aktif bersosialisasi.” (1 Desember 2020).

**3. Informan Yayan Dewi**

“Alasan saya mengikuti Wali Kota Arief Wismansyah karena saya bekerja di daerah Kota Tangerang, jadi saya merasa perlu tau info terkini dari pemimpin dikota saya.” (2 Desember 2020).

**4. Informan Hasan Noor**

“Saya mengikuti beliau karena Pak Arief Wismansyah adalah seorang wali kota di tempat saya tinggal dan sebagai warganya saya ingin mengetahui kegiatan yang beliau lakukan lewat sosial media.” (2 Desember 2020).

**4. Informan Nurmahalia**

“Karena di Instagram banyak informasi seputar promosi.” (14 Desember 2020).

**5. Informan Yeyasa Surya Halim**

“Saya menggunakan *Instagram* tujuannya *networking*, untuk menghubungi teman lama, ini *networking* pribadi ya, kalau untuk bisnis saya pakai LinkedIn.” (3 Desember 2020).

Dalam keterangan-keterangan yang disampaikan setiap informan memiliki latar belakangnya masing-masing yang mampu menggambarkan wawasan media sosialnya. Informasi-informasi yang dikumpulkan cukup menggambarkan aplikasi teori *new media* sebagaimana akan diurai pada bagian pembahasan.

### III. Penyajian Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik

#### A. Penyajian media sosial *Instagram* sebagai media iklan politik (*Advertisement opportunity*).

##### a. Membangun *Self-image*

Media sosial memiliki jangkauan yang mudah dan luas, penggunaannya yang tidak terbatas dapat mendistribusikan informasi ke berbagai forum. Berdasarkan hal tersebut, peluang media iklan politik dapat dipertimbangkan sebagai alat untuk menyebarkan kesadaran masyarakat terhadap eksistensi seorang politisi.

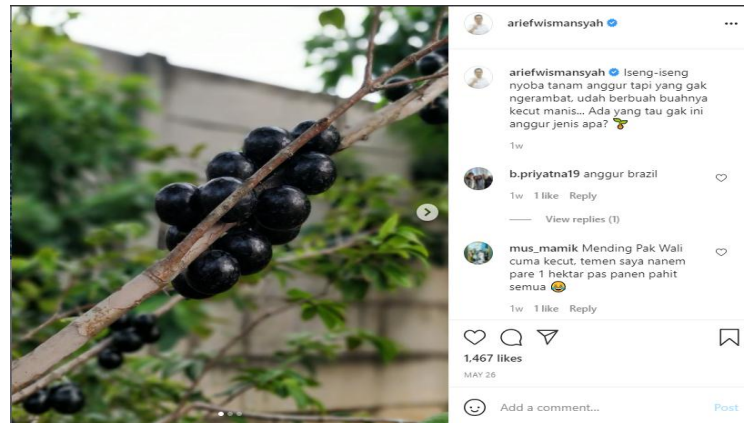
Persona dalam media sosial merujuk pada reputasi yang dibentuk dari tindakan, penampilan, dan eksistensi diri seseorang dalam mewujudkan dirinya kepada khalayak (Vilander, 2017:7). Wali Kota Arief Wismansyah berusaha menunjukkan sisi yang jujur, dan melakukan pendekatan program kepada masyarakat melalui aktivitas pribadi yang sejalan dengan agenda pemerintahan, serta kegiatan harian seperti bercocok tanam untuk dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ketahanan pangan.

Dalam wawancara, berikut ini merupakan hasil wawancara yang ditemukan untuk mengetahui upaya Wali Kota Tangerang dalam membangun *self-image* nya di media sosial *Instagram*. Wawancara dilakukan dengan dua sudut pandang yaitu, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan Admin media sosialnya sebagai penyelenggara informasi dalam proses komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Sebagai Wali Kota Tangerang, bagaimana Anda menampilkan diri di *Instagram*? Dan dengan cara apa hal tersebut dilakukan?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	“Biasa saja, saya menampilkan diri apa adanya, misalnya kegiatan sehari-hari yang sejalan dengan program-program pemerintahan. Salah satunya ketahanan pangan, kan saya senang menanam kemudian <i>sharing</i> ke masyarakat, biar masyarakat tahu dan ikut menanam, misalnya kangkung, atau menanam apa saja. Saya juga sering membantu teman-teman UMKM mempromosikan usahanya, supaya masyarakat tahu. Sejauh ini, hanya itu.” (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	“Kalau dulu kan sebelum orang menggunakan media sosial, orang melihat kinerja pemimpin dari koran atau televisi. Sekarang banyak yang pakai media sosial untuk mengakses informasi, dan lebih mudah juga. Karena itulah, Wali Kota ingin memperlihatkan kepada masyarakat dan semua pengguna media sosial tentang apa saja yang dikerjakan Pak Arief, dan kebijakan yang diambil Pak Arief.” (9 Februari 2021)

Kemudian, untuk data tambahan diperoleh dari observasi langsung yang terdapat di postingan media sosial Wali Kota Tangerang Arief



Wismansyah untuk memvalidasi keterangan yang diberikan oleh Wali Kota Tangerang.

### Gambar 2.1 Postingan Instagram Kegiatan Menanam

Sumber : [https://www.instagram.com/p/CPUiHqMhIKD/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPUiHqMhIKD/?utm_source=ig_web_copy_link)



### Gambar 2.2 Postingan Peninjauan Lokasi Banjir

Sumber : [https://www.instagram.com/p/CPC8KachTzW/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPC8KachTzW/?utm_source=ig_web_copy_link)

Peninjauan kembali akun media sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah membantu peneliti dalam menyesuaikan data wawancara

dengan kenyataan dalam postingan media sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

Kemudian, untuk mengetahui seberapa besar *self-image* tersebut terbangun, perlu diketahui respon yang diterima masyarakat dalam memandang *image* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Dalam hasil wawancara diberikan pertanyaan berikut :

**Pertanyaan : Apa persepsi yang ada dapatkan ketika melihat pesan maupun konten Wali Kota Arief Wismansyah di Instagram?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	“Senang, seakan dekat, misalnya kegiatan dia kita tau, jadi kita mengenal lah.”(9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	“Saya mendapatkan banyak informasi terbaru tentang perkembangan dan pencapaian Kota Tangerang.” (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	“Informatif, bahasa yang dipakai Pak Arief santai, dan terkesan dekat dengan warga.” (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	“Mungkin, Pak Arief ingin membangun hubungan atau komunikasi kepada warganya lewat <i>social media</i> .” (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	“Merakyat” (14 Desember 2020)
Informan Yeyasa Surya Halim	“Yang pertama inspiratif, yang kedua <i>humble</i> , dia orang yang <i>humble</i> .” (3 Desember 2020)

Jawaban dari setiap informan pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mempunyai nilai timbal balik mengenai keberhasilan upaya komunikasi politik yang dilakukan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Berdasarkan hasil wawancara, informan-

informan tersebut memberikan persepsi positif kepada Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Persepsi positif tersebut disampaikan dalam bentuk pujian seperti merakyat, mampu mendekati diri dengan masyarakat, sosok yang inspiratif, informatif dan gaya bahasanya mudah dipahami.

**b. Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Untuk Mencapai Viralitas dalam Persebaran Pesan Politik**

Pemanfaatan media sosial sebagai alat kampanye politik bukanlah hal baru. Trend ini terus berkembang sejak maraknya penggunaan media sosial di lingkungan masyarakat. Salah satu fenomena yang menandai awalnya perkembangan media sosial sebagai salah satu alat kampanye politik yaitu pada pemilu Amerika Serikat di tahun 2008. Sedangkan dalam konteks politik Indonesia, *trend* ini terlihat pada pemilu di tahun 2014 sampai dengan saat ini.

Masyarakat sebagai salah satu faktor utama dalam penyelenggaraan penguasaan politik di Indonesia menjadi pertimbangan terbesar dalam perkembangan komunikasi politik. Hal ini diimplementasikan oleh banyak politisi dengan kepentingannya masing-masing. Dalam situasi yang sama, Wali Kota Tangerang juga memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai salah satu alat dalam kepentingan politiknya. Penggalan informasi dengan wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah sebagai alat kampanye politik berlangsung.

**Pertanyaan : Bagaimana cara Anda memanfaatkan *Instagram* sebagai media atau alat komunikasi politik yang mendukung keberhasilan kebijakan dan program pemerintahan Kota Tangerang?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	<p>“Kalau keberhasilan, jujur saya tidak menyampaikannya secara langsung. Semua yang saya lakukan itu karena kewajiban. Malu juga kalau apa yang saya berikan hanya keberhasilan saja, saya menghindari pencitraan. Saya juga tidak ingin mengalami <i>post power syndrom</i>, jadi ini kesempatan membangun Kota Tangerang adalah kewajiban. Kalau ada keberhasilan, mungkin saya jadikan apresiasi untuk dinas terkait agar mereka semakin termotivasi. Kemudian komunikasi antara masyarakat dan pemerintah kan harus terjalin, meskipun kadang ada hambatan, tetapi dari sini jika ada keluhan semuanya jadi tahu, dinas tuh harus tahu, lalu kenapa hal itu tidak dikerjakan? Nah dari situ saya mendorong teman-teman dinas untuk mengerjakan apa yang masyarakat butuhkan.” (16 Januari 2021)</p>
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	<p>“Kalau saya, sebagai admin, hanya menjalankan tugas saja ya, bu. Sekarang yang diharapkan itu semua kegiatan bisa diposting di Instagram. Jadi saya sebisa mungkin memasukkan semua kegiatan Pak Wali di Instagram. Kalau admin sebelumnya (mas Iyan), suka membalas komentar misal “<i>pak tolong ini, pak tolong itu</i>”, kalau saya belum berani. Untuk postingan sendiri biasanya tidak hanya yang berhasil saja, kalau ada informasi banjir misalnya, jadi semua saya masukkan.” (9 Februari 2021)</p>

Dalam keterangannya Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menyampaikan bahwa fokus pendekatan komunikasi publik dalam kampanye politik yang dilakukan tidak berjalan dengan terang-terangan. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah tidak menampilkan sisi yang

selalu berhasil sebagai perwujudan kejujuran atas program kerjanya. Admin media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah melakukan tugas sesuai dengan arahan dan permintaan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah untuk menampilkan sosok yang apa adanya kepada masyarakat, sebagaimana persona yang ingin ditampilkan.

Selanjutnya, perlu diketahui respon masyarakat pengikut media sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat kampanye politik.

**Pertanyaan : Sepengetahuan Anda, bagaimana bentuk-bentuk penyampaian pesan-pesan yang bersifat politis dari Wali Kota Arief Wismansyah di *Instagram*?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	“Nah, itu, kayaknya dia nggak menonjolkan politik deh. Lebih menceritakan sehari-hari, misalnya dia lagi dimana gitu : bercocok tanam, atau daerah mana gitu lagi ada perbaikan jalan.” (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	“Sangat baik dan sangat mudah di pahami dari segi bahasa maupun kata-kata.” (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	“Disampaikan dengan lugas, sederhana, dan mudah dipahami oleh semua jenjang masyarakat.” (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	“Sepengetahuan saya sebagai <i>followers</i> beliau, sejauh ini saya belum melihat konten yang bersifat politis. Hanya saja beliau lebih sering memposting



	kegiatannya, dan kegiatan beberapa instansi pemerintahan Kota Tangerang” (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	“Penyampaiannya mudah dipahami, mudah dimengerti.” (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	“Menurut saya Pak Arief <i>tuh</i> punya prinsip politik yang good attitude, waktu dia punya masalah hukum dan ham juga tidak seluruhnya dia buka di Instagram. Dia lebih banyak di wawancara media, jadi lebih resmi dan formal, biasanya Instagram itu lebih yang inovasinya dia.” (3 Desember 2020)

Pesan politik merupakan bagian dari proses komunikasi politik. Lyons (1989 :32-33) dalam Rahyono (2011 :4) menyebutkan komunikasi sebagai sebuah proses pengiriman informasi melalui tanda-tanda yang membentuk suatu sistem. Dalam komunikasi politik, wujud pesan politik Wali Kota Tangerang termasuk ke dalam strategi *sales-oriented*. Strategi *sales-oriented* merupakan bentuk strategi yang berfokus pada terwujudnya ide yang ditawarkan, dan membuat publik percaya mengenai program yang ditawarkan dan sudah berjalan (Strömbäck & Kioussis, 2014).

**Pertanyaan : Bagaimana cara agar pesan-pesan politik Anda sebagai Wali Kota Tangerang dapat diterima oleh masyarakat (khususnya followers)?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	<p>“Bicara soal pesan politik tidak perlu dibicarakan secara terbuka, saya bukan orang politik dan berhasil menjadi Wali Kota Tangerang. Bagi saya dari perjalanan menjadi Wali Kota Tangerang, rasanya saya tidak menampilkan pencitraan apa-apa. Bekerja saja sebaik mungkin, jalan <i>dibagusin</i>, kampung diterangin, rumah <i>dibedahin</i>, sekolah <i>digratisin</i>, kesehatan dibayarin. Itu semua adalah kewajiban bekerja. Kan kemudian di Tahun 2019, kasarnya tidak ada yang mau melawan saya, saya kira masyarakat sudah cukup cerdas. Mereka mau orang Tangerang yang memang ingin bekerja untuk mereka. Kadang kita tentu bisa menilai dari <i>feeling</i> aja mana konten di <i>Instagram</i> yang tulus dan tidak.”</p> <p>(16 Januari 2021)</p>
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	<p>“Dulu waktu pertama kali posting, saya menggunakan bahasa yang mungkin sedikit akademis. Akhirnya Pak Wali bilang “<i>Itu bahasanya jangan begitu, coba yang simple, yang bisa diterima masyarakat.</i>” Mulai dari situ saya ya sudah bahasanya apa adanya seperti pergaulan dimasyarakat. Bahasa sehari hari yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat.”</p> <p>(9 Februari 2021)</p>

Kemudian, peneliti melakukan penelusuran terkait program kerja yang disebutkan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dengan menggunakan mesin pencarian untuk mengetahui sejauh mana jangkauan informasi mengenai Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah pada berita-berita di Internet, sebagai berikut :



**Gambar 3.1 Berita Mengenai Program Pendidikan**

Sumber:

<https://wartakota.tribunnews.com/2021/05/20/arief-r-wismansyah-resmikan-program-sekolah-inklusi-saat-peringatan-hari-kebangkitan-nasional>



**Gambar 3.2 Berita Mengenai Program Kesehatan**

Sumber:

<https://metro.tempo.co/read/1464673/kota-tangerang-siapkan-vaksinasi-untuk-20-ribu-pelaku-umkm-pkl>



**Gambar 3.3**  
**Berita Mengenai Perbaikan Jalan**

Sumber :

<https://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/34512/Wali-Kota-Tangerang-Minta-Proses-Perbaikan-Jalan-Dilakukan-Secara-Efektif>

Selanjutnya dalam persebaran informasi, viral menjadi salah satu momen yang menguntungkan bagi penyelenggara informasi. Viralitas suatu konten dapat menjangkau masyarakat dengan jumlah yang banyak, serta mencapai kesadaran masyarakat terhadap pesan yang tersimpan di dalam konten tersebut. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana sudut pandang Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan Tim media sosialnya dalam memandang momentum dan viralitas suatu konten dalam wawancara.

**Pertanyaan : Apakah komunikasi sebagai Wali Kota membutuhkan momen viral? apa alasan Anda dan apa saja yang telah Anda lakukan untuk membuat pesan-pesan politik menjadi viral?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	“Menurut saya ada beberapa informasi yang perlu diviralkan, misalnya seperti situasi saat ini untuk membuat masyarakat taat protokol kesehatan. Salah satu yang kita soroti itu kurumunan, setiap pagi saya keliling untuk memastikan ketaatan masyarakat kepada protokol kesehatan. Kita perlu observasi

	untuk melihat lingkungan dan informasi seperti apa yang bisa diviralkan agar masyarakat tahu, contohnya informasi dari WHO mengenai tantangan covid tahun ini lebih berat, ya kita sedang melakukan pengemasan informasi.” (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	“Kalau saya tidak pernah mencari viral, yang penting bisa dilihat masyarakat Kota Tangerang.” (9 Februari 2021)

Dari keterangan dalam hasil wawancara diketahui bahwa momentum viral tidaklah menjadi capaian utama Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah di media sosialnya. Viralitas dianggap sebagai salah satu momentum yang esensial apabila terdapat pesan penting yang mampu berdampak pada satu situasi di masyarakat.

Untuk mengetahui jangkauan pesan, peneliti mencari tahu bagaimana proses penyampaian pesan politik yang diharapkan masyarakat berdasarkan pengetahuan masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mengenai akun media sosial tersebut.

**Pertanyaan : Bagaimana seharusnya yang perlu dilakukan Wali Kota Arief Wismansyah agar pesan-pesan politiknya di Instagram dapat diterima oleh masyarakat luas?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	“Lebih mendengarkan aspirasi rakyatnya, seperti komentar-komentar direspon.” (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	“Menurut saya agar dapat diterima di masyarakat luas di Kota Tangerang, pesan-pesannya harus menggunakan kalimat yg baik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.” (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	“Membuat konten menarik melalui video yang sederhana dan lucu, tapi tetap menyampaikan pesan politik dengan baik, atau bisa juga dengan video animasi.” (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	“Beberapa warga mungkin ada yang tidak bermain <i>social media</i> , alangkah baiknya jika ada pesan ataupun himbauan wali kota yang ada di <i>social media</i> , ada baiknya jika aparat desa (RT, RW, dan lurah) turut andil dalam memberikan informasi tersebut secara langsung.” (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	“Ya, lebih aktif menjawab komentar-komentar. Kan suka ada yang nanya-nanya tuh, mungkin bisa lebih sering dijawab gitu.” (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	<p>“Menurut saya ya, pesan-pesannya mudah dimengerti orang, jadi ya cara pAndangnya Pak Wali sendiri harus mewakili cara pAndang masyarakat, bukan sebagai wali kota karena <i>followers</i>-nya adalah masyarakat.</p> <p>Kalau dia punya cara pAndang sebagai masyarakat, konten-kontennya akan mudah dilihat masyarakat, akan mudah dibaca dan mudah dimengerti. Menurut saya sekarang pun konten-kontennya cukup yang ringan ya, jadi mudah dibaca lewat gambar gambar seperti itu.” (3 Desember 2020)</p>

Pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menyampaikan harapan dan keinginan terhadap pengembangan komunikasi di media sosial *Instagram* dengan sikap yang berbeda-beda. Namun dapat diketahui dari informasi yang ditangkap, timbal balik ini berisi tanggapan mendukung.

Informan Nurhayati dalam keterangannya menginginkan Wali Kota Tangerang agar lebih mendengarkan aspirasi masyarakat Kota Tangerang. Informan tersebut dalam informasinya menggunakan pilihan kata “Lebih mendengarkan” yang mengasosiasikan kata “lebih” sebagai adjektiva. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, “lebih” pada wujud adjektiva bermakna “bertambah” atau “semakin”, dapat dipahami bahwa Informan Nurhayati mengakui bahwa sebelumnya Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah sudah mendengarkan masyarakatnya, namun perlu ditingkatkan. Informasi ini juga disampaikan oleh informan Nurmahalia.

Kemudian ada pula Informan Yayan Dewi yang memberikan anjuran berupa inovasi dalam penyajian informasi. Penyampaian pendapat ini bersifat mendukung. Hal ini dapat dilihat dari penyampaiannya

“Membuat konten menarik melalui video yang sederhana dan lucu, tapi tetap menyampaikan pesan politik dengan baik, atau bisa juga dengan video animasi.”

Pada kalimat “Tapi tetap menyampaikan pesan politik dengan baik.” merupakan bentuk pengakuan dari komunikasi politik di media sosial *Instagram* Arief Wismansyah.

Lalu informan Hasan Noor memberikan fokus anjuran untuk meraih segmentasi masyarakat yang tidak mengakses media sosial sebagai bentuk pemerataan informasi. Sedangkan informan Yesaya Surya Halim mengharapkan sikap Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah yang lebih memahami masyarakat dari sudut pandang masyarakat.

Setiap informasi dalam memberikan intonasi yang positif terhadap kegiatan media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Hasil analisis ini dapat memperkuat kesimpulan terhadap pemanfaatan media sosial *Instagram* Arief Wismansyah menurut peluang media iklan (*Advertisement Opportunity*).

**B. Penyajian *Instagram* sebagai media kontak interaktif dengan masyarakat (*human-contact opportunity*).**

**a. Menciptakan Kehadiran Sosial.**

Pemanfaatan ruang interaksi antarindividu dalam komunikasi politik di media sosial *Instagram* Arief Wismansyah diproses melalui fitur yang tersedia di media sosial *Instagram*, seperti komentar dan siaran langsung. Selain itu, Wali Kota Arief Wismansyah menggunakan media sosialnya sebagai sarana untuk menghimpun permasalahan publik secara individual dari laporan yang ada di media sosial *Instagram*-nya. Wali Kota Arief Wismansyah juga beberapa kali membalas komentar di Instagramnya sebagai bentuk eksistensi dan kepedulian kepada masyarakatnya.



Berikut ini merupakan hasil wawancara yang diperoleh dari Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan Tim media sosialnya.

**Pertanyaan : Bagaimana cara Anda menjadikan Instagram sebagai media yang dapat menunjukkan kehadiran Anda di tengah masyarakat?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	“Makanya kita respon, gitu. Kita respon keluhan keluhan masyarakat yang disampaikan di media sosial Instagram, begitu ya, jadi disitu masyarakat merasakan bahwa kita (Wali Kota dan Pemkot) hadir.” (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	“Selama saya menjadi admin saya mencoba menyampaikan ke bapak, misalnya hari ini saya posting tentang A setelah beberapa jam kita pantau ada komentar tentang B, nanti setelah dari sana saya akan coba sampaikan ke bapak. “ <i>Pak dari postingan kita yang tadi ada komentar tentang B pak, menurut saya ini bisa ditindaklanjuti</i> ”, setelah itu mungkin bapak punya pertimbangan apakah tindak lanjutnya bagaimana, misalnya Pak Wali sendiri akan coba menindaklanjuti nanti kita tindaklanjuti.” (9 Februari 2021)

Admin media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menjalankan tugasnya berdasarkan prosedur pengelolaan media sosial yang dipantau langsung oleh Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Fungsi admin media sosial *Instagram* dalam hal ini sebagai penerus informasi individu yang harus ditindaklanjuti penyelesaian masalahnya. Admin media sosial *Instagram* menjadi penghubung atau

garda informasi antara Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dengan masyarakatnya.

Selanjutnya, timbal balik yang diberikan oleh masyarakat pengikut *Instagram* Wali Kota Tangerang mengenai peluang interaksi mempunyai persepsi yang hampir seragam. Sebagian besar menyatakan bahwa Wali Kota Arief Wismansyah merupakan seorang yang responsif dalam menanggapi keluhan masyarakatnya. Hal tersebut disimpulkan dari komunikasi langsung yang terlihat di komentar *Instagram* serta perbaikan langsung yang dapat dirasakan.

**Pertanyaan : Bagaimana pendapat Anda terkait keberadaan akun Wali Kota Arief Wismansyah di Instagram di tengah masyarakat?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Ya itu bagus, maksudnya jadi memfasilitasi hubungan jarak jauh antara pemimpin dengan rakyat. Pak Wali tidak hanya menerima Laporan bawahannya, tapi bisa mendengarkan langsung dari rakyat. (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	Sangat bagus karena memang sekarang jamannya sosial media, jadi dengan adanya akun dari bapak walikota itu sangat membantu masyarakat untuk mengenali bapak walikota dan mendapatkan informasi tentang kota Tangerang (1 Desember 2021)
Informan Yayan Dewi	Sangat penting, karena dengan <i>social media</i> masyarakat bisa lebih mudah berkomunikasi tanpa penghalang apapun. Setiap keluhan atau informasi

	bisa langsung disampaikan melalui pesan DM atau komentar. (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	Menurut saya sangat tepat. Karena tidak bisa dipungkiri untuk saat ini kita bisa merasa lebih dekat dengan seseorang lewat <i>social media</i> . Warga yang menggunakan <i>social media</i> jadi tahu kegiatan dan himbauan dari Wali Kotanya. (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	Menurut saya pak Arief sebenarnya berusaha untuk aktif. Persepsi saya awalnya Pak Arief bukan aktivis <i>social media</i> , tapi jaman sekarang politisi-politisi aktif di Instagram, maka saya lihat Pak Arief sedang proses memanfaatkan Instagram. (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	Menurut saya <i>good</i> , karena gini, <i>nggak</i> semua masyarakat bisa bicara sama pak Arief. Melalui akun ini, siapapun dapat menjangkau pemimpinnya. Walaupun <i>nggak</i> semuanya direspon. Tapi menurut saya ya kejadian yang saya bilang tadi, walaupun <i>nggak</i> direspon tau tau besok nyala. Itu salah satu komunikasi, pak Arief tau keluhan masyarakat. (3 Desember 2020)

### b. Interaksi dengan Individu dan Publik

Media sosial *Instagram* merupakan ruang komunikasi yang dapat menghadirkan kedekatan antarpengguna melalui fitur-fitur yang tersedia. Kedekatan interaksi tersebut tampak dalam fitur komentar yang tersaji dan menampilkan bentuk interaksi antarindividu dan publik dalam satu tampilan. Untuk mengetahui bentuk interaksi yang dijangkau oleh Wali Kota Tangerang

Arief Wismansyah, berikut merupakan hasil wawancara interaksi individu dan publik di akun media sosial Instagram Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Bagaimana Anda berinteraksi dengan *followers* atau warganet di *Instagram*?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Saya melihat ini kan bisa menjadi sebuah media langsung ke masyarakat ya karena kita punya <i>live podcast</i> misalnya gitu ya, kita bisa <i>live streaming</i> . Misalnya dari kemarin ada yg request, " <i>Pak gimana ni setelah Vaksin?</i> " Nah ini saya ingin umumkan lewat siaran langsung gitu di <i>Instagram</i> , karena apa yang kita sampaikan ini, bisa langsung diberi komentar oleh masyarakat, begitu dan itu ga ada sekat. Kadang kita kalau acara seremonial kan itu seolah olah satu arah gitu, tapi kalau melalui media sosial seperti <i>Instagram</i> gini kan ya dua arah dan banyak arah dari masyarakat dan lain sebagainya. Kadang kalau ada komentar juga saya tanggapi. (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Bila ada komentar yang sekiranya bisa ditindaklanjuti, maka akan direspon dan ditindaklanjuti. (9 Februari 2021)

Berdasarkan hasil wawancara, untuk membangun intensitas interaksi antarindividu dan publik, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah menggunakan fitur siaran langsung dan membalas komentar pada situasi-situasi yang dibutuhkan. Selanjutnya, untuk mengetahui proses interaksi yang terjadi dari sudut pandang masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Wali

Kota Tangerang Arief Wismansyah, berikut ini merupakan hasil wawancara yang didapatkan. Pertanyaan mengacu pada persepsi atas penilaian sosok Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dari interaksi yang dibangun dengan pengikutnya di media sosialnya.

**Pertanyaan : Bagaimana persepsi yang Anda dapatkan ketika menilai sosok Wali Kota Arief Wismansyah berdasarkan interaksinya dengan publik di Instagram?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Ya ... kalau ke yang lain pernah direspon Pak Wali, ya bagus. Tapi ke saya, komentar saya belum pernah dijawab. (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	Beliau Sangat bagus dan sangat menanggapi keluhan dari masyarakat dan menyegerakan dinas terkait untuk menindak lanjuti keluhan tersebut. (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	Responsif, saya pernah komen di instagram soal jalan rusak. Dan besoknya saya dapati jalannya sudah diaspal, walaupun ga keseluruhan tapi setidaknya saya melihat respon cepat dari laporan yang saya berikan. (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	Sangat interaktif dan ramah, komentar saya beberapa kali pernah dibalas. Terkadang jika ada komentar yang menginformasikan kesemrawutan, beliau sering membalas dan men-tag akun <i>social media</i> instansi terkait yang memiliki tanggung jawab disana. (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	Saya lihat interaksinya belum terlalu intens, tapi kalau dibilang <i>nggak</i> intens,

	<i>nggak</i> juga, postingannya pak Arief tidak setiap hari. (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	Kalau menurut saya, yang pertama: dia sosok yang <i>humble</i> udah gitu dia mau dengar keluhan orang. Secara pribadi, kalau saya lihat dari <i>Instagram</i> pun, hal-hal penting, yang termasuk program besarnya Tangerang, pasti dia respon. Yang saya lihat ya, yang saya pahami, interaksi antar pribadi ya <i>good communication</i> . (3 Desember 2020)

Timbal balik yang diberikan oleh masyarakat pengikut *Instagram* Wali Kota Tangerang mengenai peluang interaksi mempunyai persepsi yang hampir seragam. Sebagian besar menyatakan bahwa Wali Kota Arief Wismansyah merupakan seorang yang responsif dalam menanggapi keluhan masyarakatnya. Hal tersebut disimpulkan dari komunikasi langsung yang terlihat di komentar *Instagram* serta perbaikan langsung yang dapat dirasakan.

Kemudian, peninjauan akun media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk interaksi yang tampak pada kolom komentar salah satu postingan media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.



**Gambar 4.1 Bentuk Komunikasi di Kolom Komentar.**

Sumber :

[https://www.instagram.com/p/CPaRr4\\_hawN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPaRr4_hawN/?utm_source=ig_web_copy_link)

Respon langsung yang tampil dalam media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan. Hal inilah yang menjadi dasar dalam membangun persepsi informan masyarakat pengikut Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

### **C. Penyajian *Instagram* sebagai media yang menjangkau kelompok sasaran (*target-group opportunity*).**

#### **a. Menjangkau Kelompok Sosial Tertentu**

Kemudahan dalam menggunakan media sosial *Instagram* berhasil meluaskan penggunaannya sebagai salah satu produk pencapaian budaya populer. Prawitasari, dkk (2020 : 62) menyebutkan bahwa *Instagram*

memiliki peluang pemasaran yang kuat karena masifnya pengguna di dalamnya. Peluang pemasaran ini dapat diperoleh dari fitur bisnis yang disediakan oleh *Instagram* dengan menggunakan data pengguna untuk menganalisa target audiens.

*Instagram* sebagai media massa digital menyimpan informasi penggunanya yang dapat terkategori sesuai dengan minat konten yang ingin dilihat. Akses data pengguna *Instagram* juga dapat diperoleh secara terbuka sehingga dapat memaksimalkan pemanfaatannya pada penyesuaian target kelompok tertentu yang berguna bagi politisi. Pengelompokan target ini dapat berupa informasi khusus berdasarkan wilayah, usia, minat konten, dan aktivitas pengguna media sosial yang disediakan *Instagram* bagi pengiklan.<sup>2</sup>

Berdasarkan data *statista* yang dapat diakses di katadata, mayoritas pengguna *Instagram* didominasi oleh kelompok masyarakat usia produktif dalam *range* usia 25 sampai dengan 34 tahun, dengan pengguna laki-laki sebanyak 20,6% dan pengguna perempuan 14,8% di tahun 2020. Pengetahuan mengenai mayoritas pengguna ini, dapat digunakan untuk mempersonalisasikan konten media sosial yang dianggap erat dengan karakter generasi tersebut.

Untuk menganalisa jangkauan kelompok sosial dalam penyelenggaraan komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah, berikut merupakan hasil wawancara yang didapatkan.

---

<sup>2</sup> Instagram, *Kebijakan Data Instagram*, [https://help.instagram.com/519522125107875/?helpref=hc\\_fnav&bc\[0\]=Bantuan%20Instagram&bc\[1\]=Kebijakan%20dan%20Pelaporan](https://help.instagram.com/519522125107875/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Bantuan%20Instagram&bc[1]=Kebijakan%20dan%20Pelaporan), (diakses 9 Juni 2021).



Pertanyaan wawancara bertujuan untuk mengetahui tujuan atas kelompok sasaran dalam penyelenggaraan komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Kelompok sosial mana yang menjadi perhatian untuk Anda rangkul melalui Instagram? Jelaskan alasan mengapa hal tersebut perlu dilakukan?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Seluruh <i>segmen</i> , cuma kalau di <i>Instagram</i> mungkin lebih banyak anak-anak milenial kali ya. Tapi kalau keliatannya sekarang juga orang tua dari <i>Facebook</i> pada pindah ke <i>Instagram</i> sih. Kita sebetulnya nggak boleh mensegmentasi kelompok masyarakat gitu, cuma kayaknya sekarang itu trendingnya lebih ke <i>Instagram</i> , kalau ada kebutuhan acara jadi bisa live streaming lewat media sosial lain juga. (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Kalau analisa saya pribadi <i>Instagram</i> ini lebih ke golongan dewasa yang usia produktif, sudah mulai terpikir misalnya, saya tinggal di Kota Tangerang, lalu timbul penasaran kenapa sih bisa banjir, lalu cobalah lihat kegiatan Pak Arief.  Mereka yang melihat <i>Instagram</i> pak Arief itu mereka yang menginginkan Kota Tangerang itu seperti apa. (9 Februari 2021)

Secara garis besar keterangan yang diberikan mengacu pada persebaran informasi tanpa membedakan cakupan audiens. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah berusaha memuat informasi umum yang

dibutuhkan masyarakatnya tanpa membedakan pengelompokan tertentu sebagai penyelenggaraan informasi pemerintahan daerah di *platform* nya.

Kemudian, dilakukan pula pengecekan ulang untuk mengetahui tanggapan masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Menurut Anda, kelompok sosial mana yang sering mendapatkan perhatian Wali Kota Arief Wismansyah di *Instagram* dan apa persepsi Anda terhadap hal tersebut?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Saya kadang <i>nggak</i> begitu <i>perhatiin</i> komentarnya, saya cuma lihat postingan-postingan Pak Arief. Pak Arief saya lihat tidak memberikan perhatian kepada kelompok tertentu.
Informan Aidul Rizkiansyah	Kelompok sosial menengah sampai kebawah itu menjadi prioritas utama menurut saya.
Informan Yayan Dewi	Yang menggunakan <i>social media</i> pastinya, kalau kelompok orang tua yang asing dengan internet mungkin akan sulit.
Informan Hasan Noor	Mungkin sama saja jika membicarakan kelompok sosial, tapi yang sering mendapatkan perhatian jika ada komentar terkait jalan rusak dan kemacetan yang diakibatkan pasar dadakan
Informan Nurmahalia	Saya lihat, dalam merespon atau memberi perhatian tidak ada pemilihan secara khusus. Jadi rasanya yg dapat perhatian dari Pak Arief yang kebetulan dilihat pak Arief aja sih. Direspon dan

	tidak diresponnya komentar masyarakat oleh pak Arief bukan berdasarkan <i>interest</i> tertentu.
Informan Yesaya Surya Halim	Pak Arief tidak tertuju pada kelompok tertentu, tapi dia biasanya perhatian pada akun-akun yang menyebarkan informasi seperti hoaks untuk mengedukasi masyarakat bahwa info itu salah.

Perspektif timbal balik yang ditemukan dari masyarakat pengikut media sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah adalah pengakuan terhadap pengelolaan informasi yang merata, adil, dan tidak tertuju pada kelompok-kelompok tertentu. Hal ini memberikan pandangan atas kesesuaian dan keberhasilan konsep komunikasi politik yang diinginkan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah

#### **b. Jangkauan Kelompok Pro-Kontra dan Penguatan Hubungan Komunitas**

Dalam berlangsungnya proses komunikasi politik, pengelompokan massa menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi stabilitas persona seorang politisi. Perbedaan sikap massa merupakan kewajaran dalam lingkup komunikasi politik, terlebih di lingkungan masyarakat heterogen. Tetapi, sikap seorang pejabat publik dalam menanggapi situasi dan perbedaan pendapat sangatlah penting untuk memitigasi kekacauan dalam proses penyelenggaraan komunikasi politik. Hal itu juga dapat menentukan nilai masyarakat terhadap pejabatnya. Berikut merupakan hasil wawancara

mengenai sikap Wali Kota Tangerang dalam menyelenggarakan komunikasi politik untuk menjangkau kelompok pro dan kontra.

**Pertanyaan : Bagaimana cara anda memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pada kelompok yang kontra dengan posisi Anda sebagai Wali Kota Tangerang?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Saya <i>nggak</i> ngelarang siapapun untuk menjadi <i>haters</i> , karena kalau buat saya, saya butuh juga mereka. Kadang <i>haters</i> itu lebih <i>objective</i> dari orang-orang yang memang suka. Jadi buat saya, ya <i>biarin aja</i> yang penting saya sudah berusaha berbuat yang terbaik. Jangan dibenci itu <i>haters</i> , itu emang udah kerjaan dia, ngapain dipusingin
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Masukan yang datang akan saya sampaikan sejauh menurut saya masih bisa dipertimbangkan.

Media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah digunakan sebagai wadah terbuka untuk menggapai asumsi publik terhadap program yang dilaksanakannya terlepas dari pengelompokkan masyarakat pendukung ataupun bukan pendukung. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah memberikan pandangan bahwa kelompok bukan pendukung dapat memberikan pandangan yang berbeda dari perspektif pendukungnya, sehingga dapat mempermudah informasi bagi evaluasi kegiatannya.

Perbedaan pendapat dari kelompok pendukung maupun bukan pendukung merupakan salah satu faktor pengendali stabilitas persona politik. Selain itu, perbedaan juga dapat membantu seorang pejabat publik dalam memahami masalah dari sudut pandang yang beragam. Hal tersebut dapat menjadi salah satu cara bagi pejabat publik untuk menempatkan dirinya dengan tepat di masyarakat. Penghimpunan informasi dari perbedaan yang ditemukan dapat menjadi salah satu upaya untuk memperkuat hubungan antarkomunitas dan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Kemudian, untuk mengetahui upaya Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam menguatkan hubungan antarkomunitas dan dirinya, berikut merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan.

**Pertanyaan : Bagaimana cara Anda memanfaatkan *Instagram* sebagai media yang dapat memperkuat hubungan Anda dengan komunitas di masyarakat?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Program-program selalu kita <i>publish</i> , informasi-informasi penting kadang masyarakat dapatnya nggak bisa dari mana mana selain dari kita. Kadang kita duluan menyampaikan informasinya. Makanya kadang informasi yang saya sampaikan lebih cepat, lebih faktual, lebih berimbang. (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Jadi setiap postingan di usahakan menyentuh dan menarik perhatian, saya tidak tahu ya algoritma <i>Instagram</i> itu seperti apa, tapi sepengetahuan saya, postingan-postingan kegiatan pemerintahan justru atensinya tidak begitu banyak. Lebih banyak <i>likes</i> dan yang melihat kalau postingan berkebum atau menanam. (9 Februari 2021)

Dalam keterangan tersebut, penguatan komunitas bagi Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dilakukan melalui penyebaran informasi program yang dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan menurut admin media sosialnya, penguatan komunitas dapat juga dilakukan dengan menyajikan informasi yang banyak disukai masyarakat. Hal-hal tersebut merupakan cara untuk menjaga keseimbangan informasi dalam keberlangsungan komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

Selanjutnya, berikut merupakan hasil wawancara mengenai persepsi masyarakat terhadap lingkup komunikasi Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam membangun penguatan komunitas.

**Pertanyaan : Bagaimana persepsi Anda terkait cara Wali Kota Arief Wismansyah berinteraksi dengan komunitas kemasyarakatan tertentu di *Instagram*?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Kalau untuk perbedaan sih <i>nggak</i> ada perbedaan, rata dia dari segi berinteraksinya. (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	Dia berinteraksi dengan cara yang baik kepada siapa saja. (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	Interaksi nya kepada siapa saja lugas, santai, dan baik. (2 Desember 2020)

Informan Hasan Noor	Interaktif sih, seperti kemarin masalah dana bantuan dampak covid, beberapa ada yang menanyakan dan mendapatkan balasan komentar dari beliau. Tidak membedakan siapa yang membalas. ( 2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	Dia <i>nggak</i> keliatan memilih, semua sama biasa-biasa saja. (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	Menurut saya dia seorang yang nasionalis. Tidak melihat siapa orangnya, dia bahkan terjun ke kalangan minoritas di Tangerang. (3 Desember 2020)

Dari segi interaksi secara garis besar pendapat yang diberikan informan masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah bernilai positif. Hal ini disimpulkan dari pendapat informan yang menyatakan bahwa interaksi yang dibangun Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah terlihat tidak membedakan kategorisasi kelompok-kelompok tertentu dengan cara yang lugas dan baik pada berbagai pihak. Sikap tidak membeda-bedakan jangkauan kelompok dalam interaksi di *Instagram* bagi pengikut Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah adalah salah satu cara untuk membangun hubungan antara wali kota dan kelompok masyarakatnya.

Hal ini mengindikasikan pemanfaatan media sosial sebagai peluang untuk menjangkau target pada kelompok khusus tidak dominan dalam komunikasi politik di media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Konsep pembangunan komunikasi yang merata dan dapat

bermanfaat bagi semua pihak merupakan fokus utama dalam pengelolaan media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**D. Penyajian *Instagram* sebagai media yang menarik perhatian jurnalis dan debat publik (*salon-debate opportunity*).**

**a. Membuka Peluang Debat Publik**

Tidak seperti media massa *mainstream*, yang penyajian informasinya dibatasi oleh kapital suatu kelompok. Media sosial *Instagram* digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat dengan kepentingannya masing-masing. Tidak ada batasan kepentingan dalam penyebaran informasi di media sosial *Instagram*, setiap anggota masyarakat memiliki keleluasaan untuk membagikan berbagai momen di *platform*-nya.

Kelompok-kelompok politisi memiliki berbagai poros politik yang berbeda-beda dengan tujuannya masing-masing. Penggunaan media sosial *Instagram* oleh para politisi juga tidak membatasi setiap interaksinya. Perbedaan pandangan dapat dilihat oleh berbagai pihak dengan bebas, serta memberikan ruang diskusi dua arah yang dapat dipertontonkan kepada khalayak.

Perbincangan publik mengenai seorang tokoh masyarakat dapat meluaskan kesadaran publik. Sehingga dapat membuat dirinya menjadi sorotan. Tetapi, hal ini tentu mesti didukung dengan konteks pembicaraan positif yang dapat membangun kepercayaan masyarakat. Berikut hasil



wawancara mengenai perspektif Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mengenai peluang debat publik.

**Pertanyaan : Bagaimana cara Anda menjadikan Instagram sebagai media debat publik yang penting bagi posisi Anda sebagai Wali Kota maupun politisi?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Membuka komentar dan berusaha menjawab apa yang dituliskan dari masyarakat dan berusaha merespon. (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Dalam Postingan bapak wali tidak pernah <i>Instagram</i> digunakan sebagai debat publik, kalau untuk komentar yang masuk itu dianggap penting, karena dari komentar tersebut pak Wali bisa tahu apa yang diinginkan masyarakat, dan agar masyarakat merasa dekat dengan pemimpin. (9 Februari 2021)

Dari Jawaban yang diberikan, tidak terlihat perhatian khusus mengenai aspek peluang debat publik dalam penyelenggaraan komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Menurut Anda, bagaimana cara Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam memanfaatkan keberadaan *Instagram* sebagai media debat publik?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Tidak ada konten ya memancing debat, apa yang dikemukakan lurus lurus aja. (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	Membuat konten yg berisi tentang pesan dan informasi terbaru dengan topik yang sedang dibicarakan. (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	Cukup baik, karena beliau lumayan aktif di <i>Instagram</i> yang saya ikuti. (2 Desember 2020)
Informan Hasan Noor	Ya, posisinya sebagai penengah di masyarakat, tidak ada debat. (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	Saya melihat belum ada konten untuk debat publik. (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	Saya sih belum ketemu kalau <i>mancing</i> sebuah perdebatan, kayaknya belum ada. Beliau akhir-akhir ini semasa pandemi, saya lihat konten-kontennya mengajak masyarakat nanam sayur, ternak ikan lele, terus dia juga bantu UMKM, <i>iklanin</i> UMKM di Tangerang. Menurut saya lebih banyak itu . (3 Desember 2020)

Berdasarkan jawaban tersebut, informan-informan menyatakan bahwa Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah memiliki sikap yang baik dalam merespon interaksi pro dan kontra. Semua informan juga menyatakan bahwa Wali Kota Tangerang tidak membuat konten yang memancing perdebatan publik.

## **b. Peluang debat Jurnalis**

Sikap dan pandangan yang terbuka bagi publik juga mempermudah akses bagi jurnalis untuk memperoleh isu politik. Terlepas dari kebaruan informasi digital dan kebebasan teknologi, jurnalis tetap harus menjadi penyelenggara validasi informasi bagi masyarakat dengan etika profesi yang terikat (Díaz-Campo & Segado-Boj, 2015 : 2). Jurnalis memiliki tanggung jawab moral atas kebenaran informasi dan melepaskan bias pada kebebasan informasi politik di Internet.

Selain itu, fungsi penyajian informasi menitikberatkan masyarakat sebagai pengguna atas sajian informasi (Picone, Courtois & Paulussen, 2014 : 36). Perspektif masyarakat sebagai pengguna dibutuhkan untuk mengemukakan kebenaran dalam sajian informasi. Dalam problematika sajian informasi politik, hal ini dapat mempengaruhi opini publik pada isu-isu sosial dan aktor politik yang terlibat. Opini publik terbentuk dari perwujudan atas citra politik seseorang yang berkembang dari informasi yang tersedia sebagai respon aktif masyarakat atas diskusi yang ada (Kamarudin, 2016 : 2). Berlangsungnya diskusi dari opini publik ini mampu membangun perdebatan antargolongan masyarakat yang dapat meningkatkan kesadaran publik atas eksistensi aktor politik yang terlibat.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan mengenai peluang debat jurnalis dari sudut pandang Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

**Pertanyaan : Bagaimana tanggapan Anda bahwa *Instagram* sebagai salah satu sumber informasi bagi politisi dan pemerintah yang dapat menarik perhatian jurnalis/media massa?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah	Teman teman jurnalis butuh berita, apapun kegiatan, kepala daerah atau politisi. Kadang itu sesuatu yang diperlukan untuk bisa dia <i>ekspose</i> dan <i>eksplora</i> gitu. Masyarakat kita tuh aneh, senengnya berita berita yang miring, makanya kan berita gosip rame, tapi kalau yang program ayo menanam, sepi. Buat saya tidak berusaha menarik perhatian jurnalis. Dan sebenarnya para jurnalis juga tahu apa berita yang diinginkan oleh pembacanya. (16 Januari 2021)
Admin media sosial <i>Instagram</i> Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah (Ridho)	Kalau menurut saya <i>Instagram</i> kan mengakses dan menggunakannya mudah, jadi gampang gitu kalau mau memberi informasi, lebih cepat ketimbang menunggu berita yang diberikan wartawan karena mereka kan ada SOP jurnalisisme ya. (9 Februari 2021)

Dalam hal ini, persepsi Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam memanfaatkan peluang debat publik perlu diidentifikasi. Dari pernyataannya, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah memosisikan media sosial *Instagram*-nya sebagai sumber daya informasi bagi jurnalis. Sedangkan sudut pandanganya terhadap opini publik cenderung mengarah kepada kegagalan masyarakat dalam menerima sajian informasi.

Selanjutnya, respon yang diberikan oleh masyarakat pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah tampak sesuai dengan penyelenggaraan komunikasi yang diupayakan oleh Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Empat dari enam informan menyatakan bahwa Wali Kota Arief Wismansyah tidak mencari perhatian kepada media jurnalistik dan menampilkan aktivitas yang biasa-biasa saja. Sedangkan dua lainnya memberikan jawaban ringkas yang mengarah pada dua fokus isu dalam penyajian informasinya, yaitu permasalahan masyarakat menengah kebawah dan pencapaian pemerintah Kota Tangerang.

Berikut merupakan hasil wawancara yang diperoleh dari informan-mengenai peluang debat jurnalis.

**Pertanyaan : Menurut Anda, bagaimana cara Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah membuat konten atau pesan di *Instagram* agar dapat menarik perhatian jurnalis/ media massa?**

Nama Informan	Keterangan Informan
Informan Nurhayati	Supaya menarik perhatian, mungkin lebih ke masyarakat bawah, lebih menonjolkan perhatian ke masyarakat kelas bawah. (9 Desember 2020)
Informan Aidul Rizkiansyah	Memposting kegiatan dan pencapaian kota tangerang agar masyarakat mengetahui. (1 Desember 2020)
Informan Yayan Dewi	Postingan dibuat menarik, sederhana, seperti biasa pengguna <i>social media</i> lainnya. Saya melihat normal saja. 2 Desember 2020)

Informan Hasan Noor	Kelihatannya beliau tidak mencari perhatian. (2 Desember 2020)
Informan Nurmahalia	Menurut saya Pak Arief bukan orang yang mencari perhatian netizen atau jurnalis, tujuan Pak Arief ber- <i>Instagram</i> benar-benar untuk sumber informasi kegiatan wali kota dengan wilayahnya. (14 Desember 2020)
Informan Yesaya Surya Halim	Menurut saya sejauh ini <i>nggak</i> terlalu mencari itu (perhatian), karena yang saya lihat dari konten konten beliau murni untuk Tangerang ya, Jadi kalau dibilang untuk menarik media massa agak susah dijawab. (3 Desember 2020)

Ditemukan bahwa informasi-informasi tersebut bersesuaian dengan upaya komunikasi politik yang dilakukan oleh Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Chan (2016 : 649) menyatakan bahwa pandangan politik seseorang atau sekelompok orang dibentuk dari konstruksi abstrak yang telah dibangun pada ideologi tertentu. Komunikasi politik Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mengkonstruksi kepercayaan masyarakat pada status quo yang terdapat dalam media sosialnya. Status quo ini dilihat dari bentuk komunikasi politik yang terlihat menjaga iklim perdebatan yang stabil di media sosial *Instagram* Wal Kota Tangerang Arief Wismansyah.

## **B. Pembahasan**

### **I. Keberhasilan Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah**

*New Media* sebagai wahana baru dalam penyelenggaraan komunikasi politik memiliki signifikansi khusus pada pembaruan ilmu komunikasi politik. Politisi dengan tujuannya masing-masing dalam hal ini harus mampu beradaptasi dengan berbagai siklus informasi yang berubah dengan cepat. Laju perkembangan teknologi harus dapat dimanfaatkan dengan maksimal agar dapat meraih kesuksesan komunikasi politik.

Perkembangan laju komunikasi digital mempengaruhi perubahan karakter masyarakat (Tredinnick, 2008 :21). Hal ini merupakan tantangan bagi politisi untuk memahami pembaruan karakter generasi pada masyarakatnya, sebagai pendekatan pada wacana kebijakan-kebijakan yang akan dicapai. .

Kebebasan interaksi tanpa pembatas antara Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan masyarakatnya menjadi sangat kuat. Hal ini diperoleh dari perhatian yang diberikan pengikut Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah kepada proses penyajian informasi yang tersedia. Kaburnya batasan-batasan komunikasi antara aktor politik dan masyarakat menjadi bagian yang sangat potensial bagi Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan masyarakatnya untuk menyampaikan tujuannya.

Dari potensi tersebut, selanjutnya terjadilah proses pemanfaatan media sosial yang dapat dianalisis berdasarkan teori Jacobs & Spierings (2016: 22) sebagai salah satu bentuk komunikasi politik. Tetapi dalam prosesnya, politisi mesti mengadaptasikan kembali antara tujuan komunikasinya dan peluang yang dapat dimanfaatkan. Setiap komponen dalam pemanfaatan media sosial oleh Jacobs & Spierings (2016: 22) merupakan teori umum yang masih harus diproses kembali untuk mendapatkan cara khusus yang paling efektif.

Dalam komunikasi politik, pemanfaatan media sosial merupakan salah satu bagian penting dalam penyelenggaraan proses politik di Indonesia. Dengan tingginya minat masyarakat pada penggunaan media sosial, tidak mungkin bagi aktor politik mengabaikan kesempatan kebebasan komunikasi di ruang Internet. Mengacu pada teori pemanfaatan media sosial Jacobs & Spierings (2016), setiap komponen peluang penyajian media sosial memiliki fungsinya masing-masing. Tetapi tolak ukur keberhasilan tidak pula ditentukan dari penggunaan setiap peluang. Keberhasilan pemanfaatan media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dapat dilihat dari kesesuaian persepsi antara penyelenggara informasi dan penerima informasi di *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.

Setiap komponen dalam peluang penyajian media sosial memiliki fungsi yang mengarah pada keberhasilan komunikasi politik. Setiap komponen mempunyai karakter yang dapat ditujukan untuk membangun persepsi politik masyarakat yang strategis. Hal ini dapat mempermudah jalannya suatu kebijakan bagi seorang politisi. Pada peluang iklan (*advertisement opportunity*) dalam media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah, media sosial *Instagram* digunakan untuk promosi kegiatan dan menciptakan kesadaran masyarakat terhadap



kebijakan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Karakter ini berhasil dimanfaatkan karena masyarakat memiliki pengetahuan yang sesuai dengan postingan program pemerintahan daerah Tangerang. Peluang iklan turut pula berguna sebagai pemasaran citra diri dan persona Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah untuk meraih kepercayaan masyarakatnya.

Untuk melengkapi perspektif tersebut, peneliti turut mencari konfirmasi dari M. Samsul Arifin yang menjabat sebagai direktur konten di Komunikonten (Institut Media Sosial dan Diplomasi), berikut merupakan pendapat yang diberikan M. Samsul Arifin,

“Saya melihat Arief melalui akun instagramnya memilih segmen anak-anak muda dan pengguna Instagram seusianya. Segmen-segmen yang dibidik dari kalangan anak muda dan seusianya dengan foto-foto, video dan poster serta kampanye kreatif yang memancing respon publik. Hal itu untuk membidik pengguna Instagram (warga Kota Tangerang) yang tergorolong usia dengan Arief dan anak muda. Misalnya, Arief membuat *campaign* bangga dan belanja produk lokal. “Ayo! Rangkul. Masyarakat Tangerang, sekarang kita punya toko online sendiri nih di platform Tokopedia dengan nama toko Ayo! Rangkul, bagi yang ingin ikut bergabung pada toko onlinenya silahkan bisa menghubungi @tangerangkota @humas\_kota\_tangerang @tangerangtv. Yuk sama-sama-sama kita dukung dan cintai produk-produk lokal, dari Kota Tangerang untuk Indonesia. #tangerangayo,” begitu tulis caption dalam postingan @ariefwismansyah. Hanya saja, *campaign* bangga dan belanja produk lokal ini kurang mendapatkan respon publik, yang terlihat dari hanya mendapatkan 1 komentar dalam postingan itu.

Foto-foto yang diposting di akun Instagramnya saya lihat telah melalui serangkaian seleksi. Kemudian, video dan poster nya juga telah diberi editan khusus. Hal itu tentu dilakukan untuk menunjukkan bahwa konten digital yang dipostingnya mampu berbicara.” (Jakarta, 13 Juli 2021)

Selanjutnya dalam peluang media interaktif (*human-contact opportunity*), Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah melakukan pemanfaatan media sosial untuk memperoleh hubungan kedekatan antara wali kota dan masyarakatnya. Kedekatan ini dapat bermanfaat sebagai pembangunan citra kepada masyarakat mengenai pribadi Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Dalam ilmu politik, hal ini digunakan

sebagai label untuk mengemas kepribadian dengan cara yang tidak akademis dalam konstruksinya (Marland, 2013 : 1). Pembangunan citra yang dibentuk melalui peluang media interaktif ini berhasil membawa masyarakat mengenali Wali Kota Tangerang sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat, melalui pembawaan dalam cara-cara komunikasi politik di media sosialnya. Mengenai situasi ini, M. Samsul Arifin juga memberikan pendapat sebagai berikut,

“Menurut saya pemanfaatan *Instagram* Sedikit banyak berhasil membangun image Arief Wismansyah sebagai seorang pemimpin atau pejabat yang bekerja untuk rakyatnya. Hal itu setidaknya terlihat dari beberapa komentar warganet dalam beberapa postingannya. Misalnya postingan Arief yang mencoba pompa portable yang sudah dimodifikasi oleh tim Dinas PUPR Kota Tangerang. Pemilik akun @onedix1924, misalnya, memberikan komentar begini, “ikan hiu pecah bisul, nah gitu... mantul...” kurang lebih seperti itu.” (Jakarta, 13 Juli 2021)

Sedangkan dalam peluang media sosial untuk menjangkau kelompok sasaran (*target-group opportunity*), Wali Kota Tangerang tidak memiliki tujuan khusus pada kelompok masyarakat tertentu. Penggunaan media sosial *Instagram* digunakan berdasarkan *trend* atau cakupan pengguna paling banyak. Dalam hal ini, sasaran utamanya yaitu masyarakat Tangerang secara general yang aktif menggunakan *Instagram*. Berdasarkan keterangan informan pengikut media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah, upaya jangkauan terhadap kelompok khusus tidak pula terlihat pada postingan *Instagram*-nya. Terdapat kesesuaian antara upaya Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dan *feedback* pengikut media sosial *Instagram*-nya.

Pada peluang untuk menarik perhatian jurnalis dan debat publik (*salon-debate opportunity*), Wali Kota Tangerang juga cenderung tidak mengaplikasikannya sesuai pada teori yang ada. Hal ini terlihat dari cara pandang Wali Kota Tangerang mengenai persepsinya kepada selera informasi masyarakat. Selain itu, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah memfokuskan fungsi media sosialnya sebagai media informasi kegiatan

pemerintahan kepada masyarakat. Kemudian, persepsi tersebut diakui oleh masyarakat pengikut media sosial *Instagram*-nya dengan pengetahuan terkait tidak ditemukannya postingan yang dapat menimbulkan perdebatan publik.

Kemudian untuk mengetahui kebenaran persepsi masyarakat mengenai hal tersebut, perlu diketahui kesesuaian antara konflik dari informasi yang beredar dengan ketersediaan informasi atas konflik tersebut.



**Gambar 5.1 Konflik Pengosongan Lahan *Semanggi Center Foundation***

sumber : <https://regional.kontan.co.id/news/netizen-serbu-akun-ig-wali-kota-tangerang-dengan-hastag-savesemanggicentercikokol>

Pada tanggal 7 Juli 2020, diterbitkan berita mengenai konflik pengosongan lahan yang digunakan *Semanggi Center Foundation* yang digunakan sebagai tempat pemberdayaan seniman jalanan. Namun dalam periode tersebut, tidak ditemukan klarifikasi informasi terkait permasalahan tersebut di media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang.



**Gambar 5.2 Konflik Penggusuran Wali Kota Tangerang**

sumber : <http://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/22318/dprd-tangselkota.go.id>

Kemudian di tahun 2017, ditemukan konflik penggusuran lahan yang dilakukan oleh Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Namun, konflik ini tidak ditemukan dalam postingan media sosial Arief Wismansyah pada periode tersebut.

Pemilahan informasi ini cenderung memiliki bias politik dan tidak transparan sebagaimana sikap yang hendak ditunjukkan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah dalam pernyataannya untuk membentuk citra yang apa adanya.

Dalam lingkup perkembangan *new media* dan pemanfaatan kebebasan informasi di dalamnya, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mampu melakukan adaptasi dalam membangun persepsi masyarakat terhadap citra politiknya. Namun adaptasi ini tidak dapat mengaburkan beberapa peran transparansi kebijakan publik pada konflik-konflik tertentu. Selain itu, di antara masyarakat, terdapat pihak media berita yang punya penanggungjawaban komunikasi publik yang tak dapat diabaikan. Dalam hal ini, sinergi antarpihak

penyelenggara komunikasi politik seharusnya bisa berjalan berimbang untuk dapat membangun persepsi publik yang nyata.

## **II. Persepsi Masyarakat Terhadap Media Sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah**

Media sosial dalam lingkup komunikasi politik saat ini hadir sebagai salah satu perangkat dalam melakukan mobilisasi massa. Hal ini dimaksimalkan dalam rangka mempermudah jalannya komunikasi publik yang terencana. Aspek-aspek baru dalam diskursus komunikasi publik modern selalu diperbarui agar dapat mengikuti laju perkembangan masyarakat. Seiring melajunya peningkatan teknologi dan intelektualitas masyarakat, tokoh masyarakat harus dapat mengimbangi sebagai cara beradaptasi dengan lingkungannya. Perkembangan itu tentu dapat menjadi jalan atau hambatan dalam penyelenggaraan pemerintahan. Selanjutnya, penyelenggara pemerintahan harus dapat memitigasi konflik yang mungkin akan terjadi dalam situasi tersebut.

Komunikasi dalam media sosial erat kaitannya dengannya cara berpikir dan berperilaku masyarakat. Kemudahan dalam membagikan aktivitas dapat menjadi gambaran karakter masyarakat dalam suatu wilayah. Peran tokoh masyarakat sebagai sosok yang dikenal dan dipercaya masyarakat dapat mempengaruhi berjalannya suatu perkembangan wilayah. Pada masa perkembangan media sosial, masyarakat mengikuti sosok-sosok yang dianggap berpengaruh untuk mengetahui perkembangan *trend*. Dalam hal ini, persepsi sangatlah berperan dalam penanaman ide-ide yang berkembang di masyarakat.

Persepsi merupakan anggapan personal seseorang berdasarkan proses pengambilan pesan yang terjadi secara langsung dan melibatkan pengalaman pribadi tiap individu. Hal ini yang menyebabkan persepsi setiap orang dapat berbeda dan dipengaruhi oleh berbagai situasi.

Dalam menentukan persepsi, seseorang biasanya menilai sesuatu berdasarkan hal-hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Menurut Rakhmat (2009 : 52) ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi persepsi diantaranya :

1. Perhatian, hadir dari adanya fokus tertentu berdasarkan rangsangan yang memicu konsentrasi diri.
2. Faktor fungsional, hadir karena adanya pengalaman masa lalu, pengetahuan dan hal-hal personal.
3. Faktor Struktural, adalah proses berlangsungnya penyerapan informasi dari fungsi-fungsi indra yang menghasilkan reaksi pada seseorang.

Pada pola komunikasi media sosial *Instagram* Wali Kota Tangerang, analisis persepsi masyarakat dipengaruhi latar belakang sosial, seperti tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat mengenai Kota Tangerang. Informan-informan yang dipilih merupakan warga Kota Tangerang yang hidup bertempat tinggal di Kota Tangerang. Sehingga persepsinya terhadap Wali Kota Tangerang dapat lebih tervalidasi atas pengetahuannya dan ekspektasi tertentu kepada pemerintah tempat tinggalnya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah mengupayakan kepercayaan masyarakat terhadap program kerja yang dijalaninya agar dapat mendukung aktivitasnya. Oleh karena itu, penguasaan dalam

iklim media sosialnya berupa pendekatan personal yang bersifat aman dan tidak mengarah kepada isu-isu sensitif. Kepercayaan masyarakat juga dibangun dengan laporan kegiatan yang diposting di akun *Instagramnya*, seperti perbaikan jalan dan penyelenggaraan program pengembangan masyarakat. Selain itu, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah juga membagikan kegiatan sehari-hari seperti aktivitas menanam. Hal tersebut dilakukan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat. Dalam hasil wawancara, Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah membagikan aktivitas menanam untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kualitas pangan dari bercocok tanam.

Kemudian persepsi masyarakat yang terbangun dalam penyelenggaraan komunikasi politik di *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah berdasarkan hasil wawancara terarah sesuai dengan upaya yang dilakukan Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Dimulai dari persepsi terhadap *image* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah di media sosialnya yang dianggap sebagai sosok yang responsif dalam menyelesaikan permasalahan kota dan masyarakat, melalui postingan-postingan perbaikan fasilitas publik. Informan-informan menganggap bahwa persona yang tampil dalam akun *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah adalah sosok yang ramah dan interaktif kepada masyarakatnya. Persepsi ini ada berdasarkan interaksi yang dapat dilihat dalam kolom komentar postingan *Instagram* Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah. Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah juga dipersepsikan sebagai seseorang yang netral dan tidak tampak memiliki keberpihakan tertentu kepada suatu kelompok dan tidak dengan sengaja menunjukkan sikap yang dapat memicu

konflik. Sikap dan persepsi yang positif dari informan masyarakat pengikut *Instagram* Wali Kota Tangerang menunjukkan nilai-nilai keberhasilan dalam penyelenggaraan komunikasi politik di media sosial Wali Kota Tangerang Arief Wismansyah.