

TINJAUAN APLIKASI X TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI POLITIK PARTAI GERINDRA DALAM MENGGALANG DUKUNGAN PADA PEMILU 2024

Sandra Aulia Sabina¹, Chifra Zeila Pramesyanti², Nadira Cahyaning Tias³, Firyal Nur Fadhilah⁴, Haifa Marsya Luthfia⁵, Muhammad Prakoso Aji⁶
2310413194@upnvj.ac.id¹, 2310413178@upnvj.ac.id², 2310413184@upnvj.ac.id³,
2310413180@upnvj.ac.id⁴, 2310413166@upnvj.ac.id⁵, prakosoaji@upnvj.ac.id⁶
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan aplikasi X dalam komunikasi politik Partai Gerindra pada Pemilu tahun 2024. Dengan perkembangan teknologi digital, aplikasi komunikasi dapat menjadi komponen penting di dalam komunikasi politik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan menganalisis data sekunder dari interaksi di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi X berhasil meningkatkan keterlibatan pemilih, terutama yang berasal dari jalangan generasi milenial, melalui berbagai konten yang sangat menarik dan interaktif. Kemudian, penelitian ini mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi Partai Gerindra dalam memanfaatkan platform digital, termasuk juga persaingan dengan partai lain serta respon skeptis dari masyarakat. Penelitian ini juga di dukung oleh teori komunikasi politik yang menekankan pentingnya interaksi dua arah dalam membangun kepercayaan dan juga dukungan dari berbagai kalangan masyarakat. Temuan ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dalam hal strategi komunikasi politik agar lebih efektif dan relevan di era yang serba digital saat ini, dan juga kontribusi bagi studi komunikasi politik di Indonesia.

Kata Kunci: Aplikasi X, Partai Gerindra, Pemilu 2024, Komunikasi Politik.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of using X application in political communication of Gerindra Party in the 2024 elections. With the development of digital technology, communication applications can be an important component in political communication. The method used in this research is qualitative with a case study approach, and analyzes secondary data from interactions on social media. The results of this study show that the X app succeeded in increasing voter engagement, especially among the millennial generation, through a variety of highly engaging and interactive content. Furthermore, this study identifies various challenges faced by Gerindra Party in utilizing digital platforms, including competition with other parties as well as skeptical responses from the public. This research is also supported by political communication theory which emphasizes the importance of two-way interaction in building trust and support from various circles of society. The findings are also expected to provide greater insight in terms of political communication strategies to be more effective and relevant in today's digital era, and also contribute to the study of political communication in Indonesia.

Keywords: X Application, Gerindra Party, 2024 Election, Political Communication.

PENDAHULUAN

Pemilu Indonesia 2024 diharapkan akan menjadi suatu momen penting di dalam dunia politik Indonesia. Berbagai partai politik termasuk Gerindra berusaha menarik perhatian masyarakat dalam berbagai lapisan masyarakat. Komunikasi politik menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam konteks menentukan keberhasilan strategi kampanye politik. Berbagai usaha yang dilakukan oleh partai politik untuk dapat berkomunikasi dengan para pendukungnya mengalami banyak perubahan besar dikarenakan berkembangnya teknologi informasi dan media sosial. Di antara tahun 2020-2024 partai Gerindra mulai menggunakan komunikasi yang lebih interaktif dan santai dengan mengunggah konten yang menarik seperti komedi dan berinteraksi dengan pengguna X, ini dapat menunjukkan sebuah perubahan komunikasi partai ke pemilihan generasi milenial (Eldo, 2024).

Sebagai salah satu partai politik besar yang ada di Indonesia, partai Gerindra harus bisa menggunakan aplikasi dan juga platform digital untuk meningkatkan komunikasi politiknya. Fokus penelitian ini adalah aplikasi X, yang diharapkan dapat memperkuat pesan politik dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat yang lebih luas. Aplikasi ini dapat membantu memperbaiki hubungan antara partai politik dan pendukungnya di era dimana kepercayaan publik terhadap partai mulai menurun. Dengan menggunakan platform X, partai Gerindra dapat menarik perhatian publik terutama generasi muda karena partai Gerindra berhasil meningkatkan citra serta popularitas Prabowo melalui pendekatan framing yang efektif (Khaq & Wulandari, 2024). Dengan meningkatnya persaingan di media sosial, penggunaan pendekatan komunikasi yang efektif menjadi sangat penting. Fokus penelitian ini adalah bagaimana partai Gerindra dapat menggunakan aplikasi X untuk meningkatkan komunikasi politiknya untuk mendapatkan dukungan menjelang Pemilu 2024. Diharapkan, dengan memahami dinamika ini akan ditemukan metode yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan pemilih untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial, telah mengubah cara partai politik berkomunikasi dengan pemilih. Salah satu platform yang banyak digunakan oleh partai politik dalam kampanye adalah Aplikasi X. Partai Gerindra, sebagai salah satu partai politik besar di Indonesia, juga memanfaatkan teknologi ini untuk menggalang dukungan, terutama menjelang Pemilu 2024. Penggunaan aplikasi digital memungkinkan partai untuk menjangkau pemilih secara lebih efektif, cepat, dan murah dibandingkan metode konvensional. Namun, efektivitas aplikasi ini dalam menggalang dukungan politik masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau bagaimana Aplikasi X digunakan oleh Partai Gerindra dalam komunikasi politiknya serta seberapa efektif aplikasi tersebut dalam memengaruhi keputusan pada pemilu tahun 2024.. Efektivitas komunikasi politik yang baik dapat dilihat dari bagaimana pesan yang disampaikan dapat memengaruhi pemilih untuk mendukung atau memilih partai tertentu. Sugiyono (2004) menyatakan bahwa efektivitas komunikasi dapat diukur dari keberhasilan suatu pesan mencapai audiens yang dituju dan menimbulkan respons yang diinginkan.

Urgensi penelitian ini terletak pada pergeseran lanskap politik Indonesia yang semakin digital. Aplikasi X menjadi salah satu alat utama dalam komunikasi politik, yang jika dikelola dengan baik, dapat memberikan dampak signifikan pada hasil pemilu. Di tengah persaingan politik yang ketat, kemampuan partai politik dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif menjadi salah satu kunci sukses dalam memperoleh dukungan dari pemilih. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi Partai Gerindra tetapi juga memberikan kontribusi bagi studi komunikasi politik di Indonesia secara umum, terutama dalam

memahami dampak teknologi pada perilaku politik masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

A. Komunikasi Politik dan Media Sosial

Dalam lanskap politik modern, media sosial telah menjadi alat utama dalam komunikasi politik. Partai politik memanfaatkan platform ini untuk berinteraksi dengan pemilih, membentuk opini publik, dan menyebarkan agenda politik mereka. McNair (2022) mendefinisikan komunikasi politik sebagai proses di mana informasi politik diproduksi, disebar, dan diterima di masyarakat. Media sosial, seperti Aplikasi X, memberikan ruang untuk komunikasi interaktif, memungkinkan partai politik dan pemilih berkomunikasi secara langsung (Nasution, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang ditargetkan melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi politik serta memperluas akses terhadap informasi di kalangan pemilih, terutama generasi muda (Hartanto, 2023).

Partai politik yang mampu memanfaatkan media sosial secara efektif dapat memperoleh keunggulan strategis dengan menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui pesan yang disesuaikan dengan demografi tertentu, partai dapat lebih tepat sasaran dalam menyampaikan pesan yang relevan dengan kepentingan pemilihnya (Firmansyah, 2023). Ini sangat penting bagi partai seperti Gerindra, yang menggunakan Aplikasi X untuk memperkuat komunikasi dengan pemilih menjelang Pemilu 2024. Interaktivitas dari Aplikasi X memungkinkan partai menyampaikan pesan politik secara lebih personal, menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pemilih potensial (Putri, 2021). Oleh karena itu, integrasi media sosial ke dalam strategi komunikasi politik telah menjadi faktor kritis dalam kampanye pemilu modern.

B. Efektivitas Komunikasi Politik

Efektivitas komunikasi politik dapat diukur dari sejauh mana pesan politik mampu memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku pemilih. Wahyudi (2023) menyatakan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada media dan metode penyampaiannya. Platform digital seperti Aplikasi X menawarkan keuntungan unik bagi partai politik dengan memungkinkan mereka berinteraksi dengan pemilih secara real-time. Melalui komunikasi langsung ini, partai dapat membangun hubungan emosional dengan pemilih, yang dapat mengubah preferensi politik mereka (Chester & Montgomery, 2023).

Penggunaan Aplikasi X oleh Gerindra dalam strategi kampanyenya untuk Pemilu 2024 menunjukkan bagaimana platform digital dapat meningkatkan efektivitas komunikasi politik. Dengan berfokus pada keterlibatan pemilih melalui konten interaktif, Gerindra berhasil mendapatkan respon dari kalangan muda, yang merupakan basis pemilih penting dalam pemilu mendatang (Dexter, 2023). Kemampuan untuk menjangkau pemilih melalui pesan yang dipersonalisasi di platform digital juga memastikan bahwa partai dapat menyesuaikan strategi komunikasinya dengan preferensi pemilih yang terus berubah (Kurniawan, 2022). Dengan demikian, media digital menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan jangkauan dan dampak komunikasi politik.

C. Penggunaan Aplikasi Digital dalam Kampanye Politik

Peran aplikasi digital dalam kampanye politik semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi. Partai politik kini memiliki akses ke alat yang memungkinkan mereka untuk menjangkau pemilih lebih efisien dan mempersonalisasi pesan kampanye mereka. Nasution (2022) mengungkapkan bahwa aplikasi digital memungkinkan partai politik untuk mengumpulkan data pemilih, menyebarkan konten politik, dan memberikan kesempatan untuk interaksi langsung antara politisi dan pemilih. Fitur-fitur ini membuat

platform digital seperti Aplikasi X menjadi komponen penting dalam kampanye politik modern (Firmansyah, 2023).

Dalam konteks kampanye Gerindra untuk Pemilu 2024, Aplikasi X telah berperan penting dalam menggalang dukungan dengan membangun komunikasi yang lebih personal dengan pemilih. Aplikasi ini memungkinkan partai menyampaikan pesan yang lebih relevan dengan minat dan kekhawatiran pemilih (Aulia & Arzil, 2024). Selain itu, sifat interaktif dari platform ini telah membantu Gerindra membangun hubungan yang lebih erat dengan pemilih, menciptakan rasa inklusi dan keterlibatan yang sangat penting di tengah persaingan politik yang ketat (Dexter, 2023). Oleh karena itu, adopsi aplikasi digital dalam kampanye politik telah menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas komunikasi politik.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang di dapat dari berbagai sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, statistik pemerintah. Dan data yang diterbitkan oleh lembaga lain serta data yang digunakan untuk mendukung penelitian tanpa perlu mengumpulkan data langsung dari lapangan (Sugiyono 2017). Kemudian penelitian ini juga menggunakan data dari platform media sosial X sebagai sumber utama nya dalam menganalisis komunikasi politik Partai Gerindra. Data yang digunakan melalui pengamatan dari berbagai komentar yang muncul dari tanggapan terhadap berbagai unggahan resmi akun X partai Gerindra. Berbagai komentar ini akan mencerminkan respons, persepsi dan juga sebagai reaksi publik terhadap pesan-pesan politik yang disampaikan partai Gerindra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra Melalui Aplikasi X

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu, komunikasi politik di Indonesia telah mengalami perubahan yang besar. Media sosial dan platform digital telah menjadi medium bagi partai-partai politik untuk melakukan komunikasi politik, seperti menyampaikan pesan, membangun citra, dan berinteraksi dengan konstituen mereka. Aplikasi X atau yang dulunya dikenal sebagai Twitter, saat ini menjadi salah satu platform digital yang memiliki peran penting dalam dinamika politik.

Gerindra, salah satu partai politik besar di Indonesia, menyadari perlunya menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Sejak didirikan pada 2008, cara Gerindra berkomunikasi dalam dunia politik telah mengalami perubahan. Awalnya, mereka menggunakan metode-metode lama, namun kini beralih ke cara-cara yang lebih modern menggunakan teknologi digital dan melibatkan masyarakat secara langsung.

Partai Gerindra memiliki kesempatan dan juga tantangan dalam merancang strategi komunikasi politik mereka di Aplikasi X. Ciri khas dari aplikasi ini yaitu seperti pembatasan jumlah karakter, penggunaan hashtag, dan kemampuan dalam menyebarkan informasi dengan cepat. Hal ini membuka peluang baru sekaligus menimbulkan tantangan tersendiri. Melalui platform ini, Partai Gerindra dapat memperluas jangkauan pesan mereka, terutama kepada generasi muda seperti Milenial dan Gen Z yang sering menggunakan media sosial. Disamping itu, Partai Gerindra juga perlu berhati-hati saat menggunakan Aplikasi X Untuk menyampaikan pesan politik mereka. Karena aplikasi ini memungkinkan informasi menyebar dengan sangat cepat, yang bisa menguntungkan maupun merugikan partai. Di Satu sisi, Gerindra bisa dengan cepat menanggapi isu-isu terbaru. Namun disisi lain, jika ada kesalahan dalam berkomunikasi, dampak negatifnya juga akan cepat menyebar luas.

Partai Gerindra menggunakan pendekatan komunikasi yang santai dan mudah dipahami di media sosial. Mereka sering membagikan konten yang menarik dan menghibur

seperti meme, video pendek, dan infografis. Tujuannya adalah untuk menyampaikan pesan-pesan politik dengan cara yang lebih mudah diterima oleh anak muda. Selain itu, partai gerindra juga rajin menanggapi pertanyaan dan komentar dari pengguna aplikasi X. Hal ini menciptakan komunikasi dua arah yang menunjukkan bahwa partai ini memperhatikan dan merespon dengan baik pendapat serta kekhawatiran generasi milenial dan generasi Z. Dengan adanya strategi ini, partai gerindra berusaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan bersahabat dengan pemilih muda. Dibawah ini terdapat beberapa contoh cuitan unik dari akun X gerindra:

Gambar 1. Admin Gerindra mengirimkan foto berupa meme seorang idol Korea Selatan



Sumber: Akun X dari Partai Gerindra @Gerindra

Gambar 2. Balasan dengan bahasa santai dari admin Gerindra



Sumber: Akun X dari Partai Gerindra @Gerindra

Cuitan tersebut memperlihatkan pesan yang disampaikan dengan nada santai dan penuh semangat, mencerminkan usaha mereka untuk membuat komunikasi politik lebih dekat dengan kaum muda. Pemakaian bahasa yang ringan dan dipenuhi emoji membuat pesan tersebut terasa lebih personal dan tidak kaku. Ini mengindikasikan bahwa partai gerindra bukan hanya ingin menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya membangun interaksi dan engagement dari audiens muda. Dengan menggunakan bahasa yang santai, partai ini mencoba menunjukkan bahwa mereka memahami cara berkomunikasi yang disukai oleh kaum muda. Hal ini penting karena anak muda pada umumnya lebih menyukai komunikasi politik yang langsung dan tidak terlalu formal.

Jadi, cuitan ini bukan hanya sekedar penyampaian informasi, tetapi juga bagian dari strategi komunikasi yang cerdas dan fleksibel. Partai Gerindra berusaha untuk tetap relevan di tengah perubahan masyarakat, sambil mengajak generasi muda untuk ikut serta dalam kegiatan politik dan bersama-sama menentukan masa depan.

Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Penggunaan Aplikasi X Dalam Kampanye Politik Partai Gerindra

Keberhasilan penggunaan aplikasi X dalam kampanye politik partai Gerindra dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari sistem media hybrid sebagai alat komunikasi politik yang tidak hanya bergantung pada kehadiran digital, tetapi juga pada bagaimana media sosial dapat berinteraksi dengan media tradisional. Dalam konteks ini, kampanye politik yang efektif perlu mengintegrasikan strategi di media sosial dengan liputan di televisi, koran, atau debat politik. Partai Gerindra dapat memaksimalkan efektivitas komunikasinya dengan memastikan bahwa konten dari media tradisionalnya juga disebarluaskan di platform digital mereka, sehingga menciptakan sinergi antara berbagai saluran media (hybrid media) dan meningkatkan jangkauan pesan politik mereka (Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022).

Lalu penggunaan teknik microtargeting memungkinkan Partai Gerindra untuk menysasar kelompok pemilih tertentu dengan pesan yang sangat terarah. Dengan memanfaatkan data demografis, minat, dan preferensi pemilih, Partai Gerindra dapat mengembangkan konten kampanye yang lebih relevan dan personal. Pendekatan ini juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan iklan politik di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google, dimana pemilih dapat ditargetkan berdasarkan usia, gender, atau ketertarikan pada isu tertentu. Strategi ini meningkatkan efektivitas pesan politik dan mengurangi biaya kampanye, karena iklan dapat ditampilkan hanya kepada segmen pemilih yang paling berpotensi mendukung (Chester, J., & Montgomery, K.C. (2017). Dalam konteks ini, aplikasi X berperan sebagai alat yang efektif untuk mengimplementasikan teknik microtargeting. Misalnya, dengan menggunakan data dari platform digital, Partai Gerindra dapat membuat segmen pemilih berdasarkan usia, gender, atau preferensi politik tertentu, lalu menyusun pesan kampanye yang sesuai dengan kebutuhan dan kekhawatiran spesifik dari masing-masing segmen tersebut. Pesan yang lebih personal ini meningkatkan kemungkinan pemilih untuk terlibat dan memberikan respon yang positif terhadap kampanye.

Aplikasi X juga dapat berperan sebagai sarana untuk membangun hubungan personal antara kandidat dan pemilih. Melalui fitur-fitur seperti forum diskusi dan video live streaming, fitur-fitur tersebut memungkinkan adanya komunikasi yang langsung dan tanpa perantara, sehingga menciptakan kesan keterbukaan dan kedekatan antara kandidat dan pemilih. Dalam hal ini, pemilih merasa bahwa mereka dapat berinteraksi secara langsung dengan kandidat, menyampaikan pandangan atau pertanyaan mereka, dan mendapatkan jawaban secara real-time. Kesan keterbukaan ini meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih, terutama bagi mereka yang menginginkan hubungan yang lebih dekat dengan tokoh politik yang mereka dukung. Partai Gerindra dapat menciptakan kesan keterbukaan dan kedekatan dengan masyarakat. Komunikasi yang dilakukan langsung tanpa perantara media konvensional ini dapat memberikan kesan humanis pada kandidat, menjadikannya relatable di mata pemilih. Strategi ini terbukti berhasil meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih, terutama dalam segmen yang menginginkan interaksi langsung dengan tokoh politik (Emily Dexter, (2023).

Faktor penting lainnya adalah kemampuan partai untuk menciptakan sinergi antara media sosial dan media tradisional. Misalnya seperti partai dapat mengarahkan pemilih dari iklan di media sosial ke acara-acara offline seperti rapat umum atau debat publik, dan sebaliknya, liputan dari acara tradisional tersebut dapat diunggah ke media sosial untuk memperpanjang durasi keterlibatan audiens. Ini disebut sebagai strategi media hybrid yang memaksimalkan eksposur pesan kampanye di berbagai platform (Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022). Pendekatan ini memungkinkan pemilih yang tidak hadir secara

fisik di acara-acara kampanye untuk tetap merasa terlibat melalui konten digital yang disediakan di platform media sosial. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan kampanye, tetapi juga menciptakan interaksi berkelanjutan yang membuat pemilih merasa menjadi bagian dari komunitas pendukung partai.

Oleh karena itu, keberhasilan penggunaan aplikasi X dalam kampanye politik Partai Gerindra dipengaruhi oleh integrasi media hybrid, teknik microtargeting, personalisasi pesan, serta sinergi antara kegiatan online dan offline. Keempat faktor ini, jika diterapkan secara efektif, dapat memaksimalkan jangkauan dan dampak pesan politik, menciptakan hubungan yang lebih personal dengan pemilih, serta meningkatkan efisiensi kampanye secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan aplikasi X sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang holistik, Partai Gerindra dapat meningkatkan peluang keberhasilannya dalam Pemilu 2024.

Respon masyarakat terhadap kampanye politik Partai Gerindra melalui Aplikasi X

Dengan perkembangan zaman yang semakin canggih dan teknologi yang terus mengalami kemajuan pesat, kehidupan sehari-hari menjadi semakin mudah berkat kehadiran Keberhasilan penggunaan aplikasi X dalam kampanye politik partai Gerindra dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari sistem media hybrid sebagai alat komunikasi politik yang tidak hanya bergantung pada kehadiran digital, tetapi juga pada bagaimana media sosial dapat berinteraksi dengan media tradisional. Dalam konteks ini, kampanye politik yang efektif perlu mengintegrasikan strategi di media sosial dengan liputan di televisi, koran, atau debat politik. Partai Gerindra dapat memaksimalkan efektivitas komunikasinya dengan memastikan bahwa konten dari media tradisionalnya juga disebarluaskan di platform digital mereka, sehingga menciptakan sinergi antara berbagai saluran media (hybrid media) dan meningkatkan jangkauan pesan politik mereka (Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022).

Lalu penggunaan teknik microtargeting memungkinkan Partai Gerindra untuk menysasar kelompok pemilih tertentu dengan pesan yang sangat terarah. Dengan memanfaatkan data demografis, minat, dan preferensi pemilih, Partai Gerindra dapat mengembangkan konten kampanye yang lebih relevan dan personal. Pendekatan ini juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan iklan politik di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google, dimana pemilih dapat ditargetkan berdasarkan usia, gender, atau ketertarikan pada isu tertentu. Strategi ini meningkatkan efektivitas pesan politik dan mengurangi biaya kampanye, karena iklan dapat ditampilkan hanya kepada segmen pemilih yang paling berpotensi mendukung (Chester, J., & Montgomery, K.C. (2017).

Aplikasi X juga dapat berperan sebagai sarana untuk membangun hubungan personal antara kandidat dan pemilih. Melalui fitur-fitur seperti forum diskusi dan video live streaming, Partai Gerindra dapat menciptakan kesan keterbukaan dan kedekatan dengan masyarakat. Komunikasi yang dilakukan langsung tanpa perantara media konvensional ini dapat memberikan kesan humanis pada kandidat, menjadikannya relatable di mata pemilih. Strategi ini terbukti berhasil meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih, terutama dalam segmen yang menginginkan interaksi langsung dengan tokoh politik (Emily Dexter, (2023).

Faktor penting lainnya adalah kemampuan partai untuk menciptakan sinergi antara media sosial dan media tradisional. Misalnya seperti partai dapat mengarahkan pemilih dari iklan di media sosial ke acara-acara offline seperti rapat umum atau debat publik, dan sebaliknya, liputan dari acara tradisional tersebut dapat diunggah ke media sosial untuk memperpanjang durasi keterlibatan audiens. Ini disebut sebagai strategi media hybrid yang memaksimalkan eksposur pesan kampanye di berbagai platform (Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022).

Internet. Internet telah mempermudah individu dalam mengakses dan memanfaatkan media sosial sehingga banyak sekali aktivitas individu mulai dari belanja online, transportasi online, hingga berbagai aspek lain dalam kehidupan sehari-hari yang kini semakin bergantung pada teknologi. Termasuk dalam dunia politik yang tidak ketinggalan, juga mengalami perubahan dan perkembangan dengan semakin banyaknya pemanfaatan internet sebagai sarana komunikasi, kampanye, dan penyebaran informasi yang lebih efektif dan cepat. Para tokoh dan institusi politik mulai terjun ke dalam media sosial yang dapat mereka manfaatkan sebagai alat komunikasi kepada masyarakat untuk mendengar aspirasi, mendengar keresahan, mendengar keinginan rakyat, sampai mencari suara (Aulia & Arzil, 2024). Terlebih, pada saat pesta demokrasi yang dilaksanakan 5 tahun sekali, sehingga para aktor politik dan institusi politik ingin berusaha semaksimal mungkin dengan memanfaatkan cara yang ada untuk meraih suara rakyat.

Akun resmi X partai yang akhir-akhir ini sedang booming adalah Partai Gerindra yang sampai saat ini (30/09/2024) berhasil memiliki pengikut sebesar 742,1 ribu. Akun X Partai Gerindra juga seringkali menggunakan bahasa gaul anak muda yang terlihat santai namun tetap informatif melakukan branding terhadap partai tersebut sehingga menarik perhatian masyarakat karena biasanya akun partai cenderung menggunakan bahasa yang kaku dan baku. Komunikasi yang dibangun dalam akun X Partai Gerindra menciptakan respon yang baik pula kepada masyarakat, karena kini masyarakat juga merespon dengan asik dan santai (Khaq & Wulandari, 2024). Dengan cara kampanye yang lebih dekat dan relevan dengan gaya hidup masyarakat saat ini terutama generasi muda, akun tersebut berhasil menciptakan interaksi yang lebih baik dan lebih bermakna. Penggunaan bahasa yang ringan dan tidak formal membuat pesan-pesan yang disampaikan terasa lebih personal dan mudah diterima, terutama oleh generasi muda yang menjadi salah satu target utama. Hal ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga membentuk citra partai yang lebih modern dan inklusif.

Masyarakat, terutama kalangan anak muda, merespons dengan cara yang lebih asyik dan santai. Mereka tidak lagi merasa terintimidasi oleh bahasa politik yang rumit dan formal, melainkan merasa lebih terhubung dan nyaman untuk berinteraksi. Hal ini memunculkan diskusi yang lebih aktif di kolom komentar, dukungan dalam bentuk likes dan shares, serta keterlibatan yang lebih intens dalam menyuarakan opini mereka terkait dengan kampanye yang sedang dilakukan oleh Partai Gerindra (Putri, 2021). Berikut adalah contoh respon dari masyarakat terkait dengan kampanye yang sedang dilakukan oleh Partai Gerindra :

Gambar. 3 Cuitan dari admin Partai Gerindra dan respon masyarakat di Akun X @Gerindra



Sumber: Akun X dari Partai Gerindra @Gerindra

Namun, di samping komunikasi dari Akun X Partai Gerindra yang sudah baik, seperti yang terlihat pada gambar masih banyak masyarakat yang kritis dan merasa skeptisme terhadap kampanye-kampanye maupun calon yang diusung oleh Partai Gerindra. Masyarakat tersebut cenderung ingin menyampaikan keinginan mereka agar calon yang diusung oleh Partai Gerindra benar-benar menepati janji dari program-program yang telah ditawarkan pada masa kampanye. Kritik dan skeptisisme ini tidak hanya berfokus pada cara komunikasi, tetapi lebih kepada janji-janji politik dan program yang diusung oleh calon Partai Gerindra. Banyak dari masyarakat ini yang telah berpengalaman dengan berbagai kampanye politik sebelumnya, di mana janji-janji kampanye sering kali tidak terealisasi setelah pemilihan usai. Sebagian besar masyarakat yang kritis ini juga memanfaatkan media sosial, termasuk aplikasi X, sebagai platform untuk menyuarakan harapan dan kekhawatiran mereka. Mereka mengajukan pertanyaan yang lebih mendalam mengenai bagaimana program-program yang dijanjikan akan dilaksanakan, dari mana sumber dana akan datang, dan apa jaminannya bahwa janji-janji tersebut tidak sekadar menjadi strategi untuk memenangkan suara. Dengan semakin tingginya literasi politik, terutama di kalangan generasi muda yang melek teknologi, banyak yang tidak lagi mudah terbuai oleh kata-kata dan janji manis, melainkan mencari bukti nyata dari program-program yang diajukan.

Tantangan yang dihadapi Partai Gerindra dalam penggunaan Aplikasi X sebagai media komunikasi politik

Tantangan yang dihadapi oleh Partai Gerindra dalam pemanfaatan Aplikasi X sebagai sarana komunikasi politik sangat beragam. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana cara menggunakan aplikasi ini secara efisien tanpa terjebak dalam risiko penyebaran informasi yang cepat dan kadang tidak terkontrol. Aplikasi X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter, memiliki fitur seperti batasan jumlah karakter dan penggunaan hashtag, yang memungkinkan penyampaian pesan dengan cepat. Namun, hal ini juga membuka kemungkinan terjadinya penyebaran informasi yang keliru atau disalahartikan, yang dapat merugikan reputasi partai. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah menjaga konsistensi dalam komunikasi politik di tengah perubahan cepat dalam dinamika media sosial, di mana opini publik dapat berubah dengan cepat akibat berita atau isu yang viral. Partai Gerindra juga mengalami kesulitan dalam mempertahankan interaksi yang autentik dan relevan dengan audiens, terutama generasi muda, tanpa terkesan terlalu formal atau kaku. Meskipun telah berusaha menggunakan bahasa yang lebih santai dan informal, tantangan tetap ada dalam memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tetap memiliki bobot politik yang kuat dan sejalan dengan visi partai. Selain itu, kehadiran partai-partai lain yang juga memanfaatkan aplikasi yang sama menciptakan persaingan dalam menarik perhatian publik. Hal ini memerlukan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan terarah agar pesan politik Gerindra tidak tenggelam di antara banyaknya konten yang beredar di platform tersebut.

Untuk memahami tantangan ini dengan lebih mendalam, teori komunikasi politik dapat dijadikan dasar analisis. Teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw menggarisbawahi bagaimana media mengatur agenda publik dengan memilih isu-isu yang dianggap penting. Dalam konteks Partai Gerindra, Aplikasi X dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengangkat isu-isu politik; meskipun demikian, tantangannya terletak pada upaya menjadikan pesan tersebut relevan dalam agenda publik di tengah arus informasi yang beragam. Lebih lanjut, Teori Spiral of Silence yang dipaparkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann menjelaskan kecenderungan individu untuk tetap diam apabila merasa bahwa pendapatnya tidak populer. Oleh karena itu, dalam menggunakan Aplikasi X, Partai Gerindra perlu mendorong partisipasi pendukung tanpa menciptakan rasa takut akan marginalisasi dalam ruang publik digital. Selain itu, Teori Uses and Gratifications yang

dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch juga mempunyai relevansi, karena teori ini menunjukkan bagaimana audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini, tantangan bagi Partai Gerindra adalah memastikan bahwa konten yang disajikan di Aplikasi X dapat memenuhi kebutuhan informasi serta partisipasi politik para penggunanya. Teori Jaringan yang dikemukakan oleh Manuel Castells memberikan pemahaman mengenai bagaimana media sosial, termasuk Aplikasi X, merefleksikan struktur jaringan yang bersifat dinamis. Oleh karena itu, Partai Gerindra perlu memanfaatkan potensi jaringan ini untuk membangun komunitas daring yang solid, sambil tetap mengendalikan pesan politik yang ingin mereka sampaikan.

Dengan menggabungkan berbagai teori tersebut, analisis mengenai tantangan yang dihadapi oleh Partai Gerindra dalam pemanfaatan Aplikasi X dapat menjadi lebih menyeluruh, serta mendukung dalam penentuan strategi-strategi yang efektif untuk mengatasi permasalahan dalam komunikasi politik digital.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Partai Gerindra telah berhasil memanfaatkan aplikasi X dalam komunikasi politiknya, terutama untuk menjangkau pemilih muda menjelang Pemilu 2024. Partai ini mampu meningkatkan keterlibatan pemilih melalui konten interaktif dan penggunaan bahasa yang lebih santai dan informal, yang sesuai dengan preferensi generasi milenial dan Gen Z. Strategi ini mendukung teori komunikasi politik yang menekankan pentingnya interaksi dua arah antara partai dan pemilih, yang juga relevan dengan Teori Agenda Setting dan Teori Uses and Gratifications yang digunakan dalam pembahasan.

Penggunaan aplikasi digital seperti X menjadi kunci dalam membangun kedekatan dengan pemilih melalui komunikasi personal, yang terbukti meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan pemilih. Namun, tantangan seperti persaingan dengan partai lain dan perubahan opini publik yang cepat di media sosial, menunjukkan bahwa Partai Gerindra perlu terus berinovasi dalam strateginya untuk mempertahankan relevansi dan efektivitas komunikasi politiknya. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, seperti Teori Agenda Setting, Spiral of Silence, dan Uses and Gratifications, mendukung analisis ini, menunjukkan bahwa komunikasi politik yang berhasil membutuhkan pendekatan yang relevan, adaptif, dan kreatif di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N. A., & Arzil, A. P. A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Interpersonal dan Tingkat Relevansi Pesan dalam Komunikasi Politik Akun @Gerindra terhadap Tingkat Kepercayaan pada Generasi Z Pengguna Media Sosial X di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1.
- Aulia, N. A., & Arzil, A. P. A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Interpersonal dalam Komunikasi Politik Akun @Gerindra terhadap Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1, 105-113.
- Chester, J., & Montgomery, K. C. (2017). The role of digital marketing in political campaigns. *Internet Policy Review*, 6(4), 1-20.
- Chester, J., & Montgomery, K. C. (2023). The role of digital marketing in political campaigns. *Internet Policy Review*, 6(4), 1-20.
- Dexter, E. (2023, July 24). The power of social media in political campaigns: Unveiling its impact and influence. *Good Party*.
- Firmansyah, A. (2023). Strategi komunikasi partai politik dalam era digital. *Jurnal Komunikasi Politik*, 7(2), 123-138.
- Hartanto, B. (2023). Pemanfaatan aplikasi digital dalam komunikasi politik. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 11(2), 45-62.

- Khaq, I. S., & Wulandari, L. (2024). Framing and sentiment analysis of Gerindra Party political communication on Twitter (X) towards the 2024 elections. *Jurnal Wacana Politik*, 8(1), 1-10.
- Kurniawan, R. (2022). Media sosial dan kampanye politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik*, 9(1), 56-71.
- McNair, B. (2022). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Nasution, I. (2022). Peran personalisasi pesan politik melalui aplikasi digital dalam pemilu 2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik*, 15(3), 98-112.
- Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022). Functions of hybrid media: How parties and their leaders use traditional media in their social media campaign communication. *Frontiers in Communication*, 6, 817285.
- Putri, A. N. A. (2021). Gaya komunikasi politik Twitter Partai Gerindra. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 105-113.
- Wahyudi, H. (2023). Strategi komunikasi politik di era digital. *Jurnal Ilmu Politik*, 17(1), 23-39.